

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE LISBOA



## **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

### **AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E DE COMUNICAÇÃO NA ÁREA DO LIVRO**

Eunice De Jesus Monteiro Freire

CICLO DE ESTUDOS CONDUCENTE AO GRAU DE MESTRE EM  
CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO

Área de Especialização em Tecnologias Educativas

2010

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE LISBOA



## **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

### **AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E DE COMUNICAÇÃO NA ÁREA DO LIVRO**

Eunice De Jesus Monteiro Freire

CICLO DE ESTUDOS CONDUCENTE AO GRAU DE MESTRE EM  
CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO

Área de Especialização em Tecnologias Educativas

Relatório de Estágio orientado pela Professora Doutora  
Guilhermina Lobato Miranda

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora Professora Doutora Guilhermina Miranda pelo acompanhamento e orientação que me deu durante os últimos meses na realização do projecto de investigação e da redacção deste relatório de estágio.

Agradeço à Relógio D'Água Editores por ter tornado possível a realização do meu estágio curricular. Um agradecimento a todos os funcionários da editora pela paciência e vontade prestada para que eu me tornasse cada vez mais útil e autónoma. Ao editor Francisco Vale, agradeço toda a orientação e todo o apoio prestado durante a realização do estágio e do projecto de investigação

Um agradecimento muito especial a todos os entrevistados, que tornaram a realização deste relatório de estágio possível e pela colaboração e paciência que tornaram esta investigação mais rica.

À minha família e amigos agradeço o apoio incondicional e o companheirismo que me proporcionaram ao longo de toda esta caminhada.

## RESUMO

Este relatório emerge de um estágio curricular realizado na Editora Relógio D'Água, uma das editoras mais prestigiadas em Portugal. O tema foi sugerido e negociado com o editor tendo como principal finalidade desenvolver um projecto de investigação sobre a introdução das novas tecnologias de informação e de comunicação no sector da edição, focando a publicação de e-books, a utilização de e-readers, a impressão a pedido e conhecer novas iniciativas que têm surgido nesta área derivadas da introdução destas novas tecnologias.

Desde modo, foi realizada uma revisão da literatura, com a intenção de perceber qual a melhor metodologia a utilizar de modo a alcançar a finalidade traçada.

No desenvolvimento do projecto de investigação foram realizadas entrevistas semi-directivas a várias pessoas integradas no sector da edição e comercialização do Livro.

Como em qualquer trabalho de campo, surgiram alguns obstáculos e não foi possível realizar todas as entrevistas inicialmente previstas.

Assim, este é um relatório que visa dar a conhecer, de um modo geral, as mudanças provocadas pela introdução das novas tecnologias de informação e de comunicação neste sector e o modo como as editoras se estão a organizar para dar resposta a estas mudanças.

## PALAVRAS-CHAVE

E-books; e-readers; impressão a pedido; e auto-publicação

## ABSTRACT

This report emerges from a traineeship developed at the Relógio D'Água Editores, one of the most prestigious publishing houses in Portugal. The theme was suggested and negotiated with the editor and the proposal is to develop a research on the introduction of new information and communication technologies in the publishing sector, focusing on publishing e-books, using e-readers, the print on demand and meeting new initiatives that have emerged in this area arising from the introduction of these new technologies.

We carried out a literature review, with a view to understanding what the best methodology to use would be in order to achieve the above mentioned aim.

During the development of the research several semi-structured interviews were conducted with people in the area of book publishing and marketing. As with all research, some obstacles emerged and it was not possible to perform all the originally planned interviews.

There for, this report sets out to give a broad overview of the changes brought about by the introduction of new information and communication technologies in this sector and of how publishers are prepared themselves to respond to such changes.

### Key-Words

E-books; e-readers; print on demand; and self-publishing

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUÇÃO.....   | 9  |
| INSTITUIÇÃO DE ACOLHIMENTO .....  | 12 |
| ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS/DINÂMICAS DO ESTÁGIO .....                    | 15 |
| A ELABORAÇÃO DE UM PROJECTO .....                                       | 17 |
| I.    Fundamentação do projecto.....                                    | 19 |
| 1.    O Conceito de Livro - Uma Abordagem História.....                 | 19 |
| 2.    O Mercado do Livro .....  | 23 |
| 3.    A Introdução das Novas Tecnologias no Mercado do Livro .....      | 26 |
| a.    E-books.....  | 27 |
| b.    Impressão a pedido .....  | 31 |
| II.    Metodologia de recolha e análise de dados .....                  | 32 |
| 1.    Técnicas de Recolha de Dados .....                                | 32 |
| 2.    Técnicas de Análise de Dados .....                                | 33 |
| III. Apresentação e Análise dos Resultados.....                         | 34 |
| 1.    Análise de Conteúdo das Entrevistas Realizadas .....              | 34 |
| 2.    Apresentação e Análise das Vendas de E-books e de E-readers ..... | 66 |

|   |    |
|---|----|
| REFLEXÃO FINAL .....  | 69 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....  | 75 |
| ANEXOS .....  | 78 |
| Anexo 1 – Projecto de Investigação  |    |
| Anexo 2 – Apreciação do Editor da Relógio D'Água sobre o estágio curricular   |    |
| Anexo 3 – Guião de Entrevista a José Afonso Furtado                           |    |
| Anexo 4 – Protocolo da Entrevista a José Afonso Furtado                       |    |
| Anexo 5 – Análise de Conteúdo da Entrevista a José Afonso Furtado             |    |
| Anexo 6 – Guião de Entrevista à Sociedade Portuguesa de Autores               |    |
| Anexo 7 – Protocolo da Entrevista à Sociedade Portuguesa de Autores           |    |
| Anexo 8 – Análise de Conteúdo da Entrevista à Sociedade Portuguesa de Autores |    |
| Anexo 9 – Guião de Entrevista ao Sítio do Livro                               |    |
| Anexo 10 – Protocolo da Entrevista ao Sítio do Livro                          |    |
| Anexo 11 – Análise de Conteúdo da Entrevista ao Sítio do Livro                |    |
| Anexo 12 – Guião de Entrevista à Bubok  |    |
| Anexo 13 – Protocolo da Entrevista à Bubok                                    |    |
| Anexo 14 – Análise de Conteúdo da Entrevista à Bubok                          |    |





## INTRODUÇÃO

As novas tecnologias de informação e comunicação são uma parte muito importante da sociedade actual. Sendo que o avanço destas tecnologias têm levado a uma adaptação constante da sociedade, no sentido de acompanhar este desenvolvimento. Quando se falam em novas tecnologias de informação e de comunicação, fala-se de tecnologias que surgiram gradualmente a partir de 1970 até aos dias de hoje, assim nestas tecnologias incluem-se os telemóveis, as televisões, os computadores, a Internet, CD's, DVD's, máquinas fotográficas digitais e etc. Estas tecnologias provocaram uma revolução nos meios de comunicação e de informação de uma forma incrível e essas mudanças acabaram por atingir diversas áreas.

Sendo um meio imprescindível de informação e de comunicação, as novas tecnologias têm facultado o desenvolvimento de diversos estilos de negócio que visam rentabilizar ao máximo estas ferramentas.

Quando estas novas tecnologias atingiram o sector do livro, começou a ser possível formar livros em fluxo digital, através de diferentes softwares, é possível ler no computador, através de ficheiros descarregados na Internet, os designados e-books, e também é possível ler em dispositivos criados propositadamente para o efeito, os e-readers. Para além destas tecnologias, existe ainda a possibilidade de produzir um livro em poucos minutos numa impressora digital e de fazer a promoção e venda de livros através da utilização de *websites* na Internet.

A função de transmissão e conservação de conhecimento do livro permaneceu inalterável ao longo das décadas, contudo o seu formato e material de produção foi sendo alterado. Hoje, pode-se afirmar que chegamos ao futuro, desde a utilização de

argila para suporte de escrita, hoje temos livros digitais em que são lidos através de dispositivos criados especialmente para a leitura deste género de livros. Com a chegada do futuro perguntamo-nos quais as principais mudanças que o aparecimento dos e-books, dos e-readers e da impressão a pedido trouxeram para a área do livro? Quais serão os efeitos que estas mudanças provocam no sector editorial? Será que o livro impresso irá desaparecer? São algumas das questões que ficam no ar, quando se pensa neste tema. São poucos os estudos que debatem o efeito das novas tecnologias de informação e comunicação neste sector. O presente relatório visa assim dar uma visão geral das grandes mudanças que a introdução das novas tecnologias de informação e de comunicação provocaram nesta área.

Este documento relata um estágio curricular desenvolvido na editora Relógio D'Água que contemplou um projecto de investigação que foca o tema das novas tecnologias na área do livro. Para além do modo de trabalhar na produção de livros, as novas tecnologias alteraram os canais de edição e de publicação que eram utilizados antes. Para tal, este relatório de estágio é constituído por quatro grandes capítulos.

Numa primeira parte, faço uma descrição da instituição de acolhimento onde realizei o estágio curricular e onde me foi proposto o desenvolvimento do projecto de investigação, a editora Relógio D'Água.

O segundo capítulo é constituído pela enumeração e descrição das actividades que foram desenvolvidas durante o período de estágio, na referida editora.

A terceira parte do relatório, intitula-se *A Elaboração de um Projecto*, onde é aprofundada a investigação realizada sobre as novas tecnologias. No primeiro sub-tema, é feita uma fundamentação teórica do projecto, abordando temas essenciais para contextualizar o projecto de investigação; a metodologia de recolha e análise de dados

ocupa o segundo sub-tema deste capítulo; e, por último, o terceiro sub-tema é constituído pela apresentação e a análise dos resultados obtidos através das entrevistas realizadas a alguns dos interessados neste tema.

O quarto e o último capítulo é composto por uma reflexão final sobre todo o relatório de estágio, focando as alterações provocadas pelas novas tecnologias na área do livro e as aprendizagens realizadas durante o estágio curricular e durante o desenvolvimento do projecto de investigação.

Ao longo do relatório de estágio, nomeadamente no capítulo dedicado ao projecto de investigação e na reflexão final, refiro o nome dos entrevistados porque me foi dada a autorização para o fazer. Os entrevistados consentiram o não anonimato.

Por motivos ecológicos, na versão impressão do presente relatório de estágio encontram-se, apenas, os anexos referentes ao projecto de investigação, à apreciação do editor da Relógio D'Água sobre o estágio curricular realizado e referentes aos guiões das entrevistas realizadas. Na versão digital, os anexos encontram-se completos.

## INSTITUIÇÃO DE ACOLHIMENTO

Para a realização do estágio curricular foi-me proposto a editora Relógio D'Água como instituição de acolhimento. Desconhecendo por completo esta área da edição, confesso que fiquei interessada em compreender melhor este sector. Deste modo, entrei em contacto com o editor Francisco Vale, para marcar uma reunião para acertar os detalhes tanto do meu estágio, como do meu projecto de investigação. Aconteceu tudo como previsto e na reunião com o editor da Relógio D'Água, foi-me explicado no que consistiria o meu estágio. Iria trabalhar no sector editorial – informática, tendo como objectivo primário a actualização do site da editora e a digitalização de livros. Ficando definido que no decorrer do estágio ser-me-iam atribuídas outras tarefas oportunas.

Relativamente ao meu projecto de investigação, o editor sugeriu que fizesse uma investigação sobre as novas tecnologias na área da edição, mais concretamente elaborar um estudo sobre o livro electrónico, sobre os seus dispositivos de leitura e sobre a impressão a pedido. Concordei com as sugestões do editor e ficou estipulado um estágio curricular com a duração de seis meses, que foi posteriormente alargado para sete meses e uma semana.

O tema proposto pelo editor não está directamente relacionado com o meu mestrado em tecnologias educativas. Contudo, tendo em consideração que grande parte do meu mestrado foi dedicado ao efeito das novas tecnologias de informação e de comunicação na área educativa e formativa, pensei que seria muito interessante desenvolver um estudo para compreender de que modo estas tecnologias afectam outras áreas, como o sector da edição.

A Relógio D'Água é uma editora independente, fundada em 1983, possuindo um dos catálogos mais prestigiados no nosso país. O seu catálogo é constituído por uma grande variedade de colecções, como, por exemplo, Ficção Portuguesa, Ficções, Antologias, Poesia, Viagens, Universos Mágicos, Teatro, Clássicos, Antropos, Imaginários, Música, Filosofia, Argumentos, Ciência e Ensino. Editando obras de vários autores portugueses como Hélia Correia, Gonçalo M. Tavares, Maria Gabriela Llansol, João Miguel Fernandes Jorge e Ana Teresa Pereira, autores estrangeiros de grande prestígio como Virginia Woolf, Clarice Lispector, Cormac McCarthy e Don DeLillo e autores de clássicos como Fernando Pessoa, Eça de Queirós, Stendhal, Lev Tolstói, William Shakespeare ou Flaubert.

A editora tem sede em Lisboa, sendo gerida por um editor e funcionando com treze funcionários. Trabalhando permanentemente na sede, estão quatro funcionários: uma assistente editorial, uma secretária, um paginador e uma estagiária profissional no sector da paginação. A assistente editorial trabalha em colaboração directa com o editor, tendo como função primária contactar agências literárias e editoras estrangeiras, negociando direitos de tradução, realizando textos de contracapa, revisões literárias e revisões finais, sendo, também, responsável pelo correio electrónico da editora. A secretária possui funções de telefonista, de recepcionista, resolvendo, também, questões de administração da editora. O paginador, assim como a estagiária profissional trabalham na formatação das obras que serão editadas.

A tempo parcial, a editora possui um designer gráfico, cuja função fundamental se centra na realização das capas dos livros que serão editados.

A editora possui um armazém nos arredores de Lisboa, onde trabalham três funcionários que tratam das encomendas e das devoluções das livrarias, trabalhando em

colaboração com dois outros funcionários, um distribuidor e um vendedor. O distribuidor tem como função principal fazer as entregas de pedidos realizados tanto das livrarias, como de instituições e o vendedor faz a comunicação directa com as livrarias, de modo a mostrar o catálogo da editora, assim como as novidades que vão sendo publicadas, para que estas possam efectuar encomendas. Na região do Porto, a editora possui outro vendedor, possuindo as mesmas funções.

Quanto à revisão de textos, a editora trabalha com quatro revisores externos desempenhando funções na revisão literária dos textos.

A editora, há vários anos, participa na Feira do livro de Lisboa e do Porto. A Associação Portuguesa de Autores e de Livreiros (APEL) é a entidade que tem a responsabilidade da organização deste evento, cujo propósito é a promoção e difusão do livro em língua portuguesa, fomentar os hábitos de leitura dos portugueses e incrementar o nível de literacia. A Relógio D'Água também participa nas Feiras do Livro de Frankfurt e de Londres, estabelecendo o contacto com outras editoras e agências estrangeiras e negociando directamente os direitos de tradução.

## ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS/DINÂMICAS DO ESTÁGIO

Durante os meses de estágio, desenvolvi inúmeras actividades na Relógio D'Água Editores, todas com o objectivo de dar a conhecer o funcionamento desta.

O envio das novidades para os críticos foi uma das actividades realizadas. Esta tarefa é realizada sempre que são editados livros pela editora com o objectivo de fazer promoção. Enviando as obras para uma lista de críticos, realizada pelo editor. Esta lista integra críticos provenientes, geralmente, de programas de televisão, de rádio, de jornais ou de revistas com a intenção de obter críticas literárias publicadas nestes meios de comunicação. O envio é feito pelo distribuidor da editora, sendo alguns pacotes entregues em mão e outros pelo correio, atendendo à distância das moradas. A minha tarefa consistiu em distribuir as novidades pelos críticos, organizando diferentes pacotes.

Outra tarefa que desenvolvi relacionada com a promoção de novas obras, foi o envio de dados, como o nome do livro, o nome do autor, o tamanho do livro, a sinopse do livro, o número de páginas e a público-alvo para as livrarias através de correio electrónico. As livrarias possuem uma grelha detalhada para preenchimento, de modo a terem conhecimento das obras que são editadas, para que possam fazer encomendas para venda.

Numa outra linha, para dar início ao processo de edição, realizei digitalizações de vários livros para posterior edição. A digitalização foi feita através de um *scanner* e de um software de *Optical Character Recognition*. Posteriormente, era feita uma limpeza do texto e uma revisão.

Outras das tarefas realizadas por mim durante o estágio curricular, foi a actualização do site da editora. Esta actividade visava actualizar o site, colocando as

obras mais recentes. Mais precisamente, colocando a imagem da capa, o texto da contracapa, o número de páginas e o preço da obra. O site é utilizado pela editora como forma de dar a conhecer o seu catálogo completo, possibilitando informações de cada obra do seu catálogo.

Para além destas actividades realizadas, fui desenvolvendo algumas actividades pontuais de modo a auxiliar os funcionários desta editora, no desempenho das suas funções. Tendo sido realizada a 80ª edição da Feira do Livro em Lisboa, no decorrer do meu estágio académico, fui convidada pela editora a participar neste evento, no atendimento ao público.

Paralelamente, a estas actividades desenvolvidas, fui realizando tarefas destinadas ao desenvolvimento do projecto de investigação incorporado neste estágio.



## A ELABORAÇÃO DE UM PROJECTO

Tal como já referi, durante o meu estágio académico, desenvolvi um projecto de investigação sugerido e negociado com o editor. O projecto visou compreender quais têm sido as alterações na área da edição com o emergir das novas tecnologias de informação e de comunicação e entender quais são as tendências para o futuro, de modo a proporcionar à editora dados e pistas úteis para que esta esteja preparada para encarar esta nova era no mundo editorial. Assim a concretização deste projecto de estágio pretendeu:

- Conhecer as concepções dos interessados sobre a introdução das novas tecnologias de informação e de comunicação no sector da edição;
- Compreender quais são as vantagens e desvantagens que trazem a publicação/utilização de e-books;
- Perceber o conceito de impressão a pedido e quais são as suas grandes vantagens;
- Conhecer iniciativas que têm surgido nos últimos anos, nesta área.

Tendo em conta que este estudo trata-se de um projecto de investigação, no seu desenvolvimento assumi o conceito de projecto como sendo um estudo planeado e estruturado em função dos objectivos traçados, que visa uma investigação aprofundada sobre um tema. Os seus resultados e actividades são baseados numa quantidade limitada de recursos e de tempo, definição defendida por Cortesão, Leite e Pacheco (2002). Assim, no capítulo anterior explicitarei os primeiros passos para o planeamento e desenvolvimento deste projecto. A finalidade e os objectivos traçados para este projecto foram revistos pelo editor e pela orientadora do estágio e possibilitaram o início do desenvolvimento do presente projecto. O documento apresentado ao editor e à orientadora do estágio encontra-se no Anexo 1.

No próximo capítulo do meu relatório de estágio, apresento a fundamentação teórica que serviu como base em todas as etapas deste projecto; a metodologia de recolha e análise de dados, que foram imprescindíveis para obtenção de dados; e, num terceiro momento, faço a apresentação e análise de todos os dados recolhidos durante este processo.

## I. FUNDAMENTAÇÃO DO PROJECTO

Sendo a revisão literária muito importante em qualquer estudo porque fornece pistas indispensáveis para o sucesso de qualquer investigação, nesta parte do relatório de estágio faço uma breve abordagem teórica aos principais assuntos que envolvem o tema abordado.

### 1. O Conceito de Livro - Uma Abordagem História

Um dos conceitos-chave deste relatório de estágio é sem dúvida o livro, nesse sentido, faço uma abordagem de modo a clarificar este conceito e a compreender a sua evolução ao longo dos séculos.

Quando pensamos em livros, rapidamente este conceito nos remete para um conjunto de folhas, impressas ou escritas, organizado de um modo lógico, com início, meio e fim, e, geralmente, encadernado. Mas, no entanto, tal como nos elucida Furtado (2000), o livro não está associado apenas a esta ideia, como por exemplo, existe o livro de despesas, o livro de ponto, o livro de reclamações ou o livro de actas. Estes livros fogem um pouco à noção de livro que nos surge logo no pensamento. Então o que é, concretamente, o livro?

Baptista (1998) defende que o livro não é um termo preciso, é um termo polissémico e até equívoco, diversas são as definições deste conceito. Baptista (1998) avança com uma definição vulgar do livro, considerando este como um meio de transporte ao serviço da comunicação, consistindo numa aliança entre o livro, como objecto, e uma certa função. As principais funções do livro são a transmissão e a conservação de conhecimentos, funções que determinam a importância histórica do livro. Assim, tanto um livro de romance, um livro de filosofia, um livro de ponto ou de reclamações têm a mesma função de transmitir e conservar os conhecimentos neles

escritos ou impressos. Faria e Pericão (2008) defendem esta mesma ideia da transmissão e conservação, acrescentando que o livro tem a capacidade de fazer levedar na história o pensamento vivo, considerando que o livro é o único suporte essencial das ideias que movem o Mundo.

Furtado (2000, p. 14) apresenta duas das primeiras definições do conceito do livro que surgiram em meados do século XVIII, onde ocorreu o grande desenvolvimento do livro. A primeira definição defende que o livro consiste num escrito composto por uma pessoa inteligente sobre qualquer assunto de ciência para a instrução e prazer do leitor. A segunda define o livro como sendo uma composição de um homem de letras elaborada para comunicar com o público e que deve ter a extensão suficiente para constituir um volume. Assim, durante este século, o livro era considerado um objecto que reúne um lado mental do autor, que, segundo estas definições, deve possuir inteligência e conhecimentos na área de letras e uma função como a de instrução, prazer e comunicação com um determinado público.

Num ponto de vista histórico, o material de que é feito o livro foi evoluindo desde a utilização de argila até à utilização do papel, como forma de conservar o que é escrito. A evolução do livro está muito relacionada com a importância que a escrita vai tendo ao longo dos séculos na sociedade. Essa importância e esse desenvolvimento tanto da escrita como da leitura conduziram a uma procura de suportes de escritas que fossem cada vez mais resistentes e mais duradouros.

Um dos primeiros suportes utilizados para a escrita foi a madeira, mais precisamente as cascas das árvores cobertas de cera. A fragilidade e perecibilidade só servia para escrever o provisório, assim rapidamente começou-se a procurar outras soluções mais estáveis para conservar a escrita (Furtado, 2000). O desenvolvimento da

cerâmica levou a que rapidamente se começasse a utilizar a argila como suporte de escrita. Contudo, a utilização deste material pesado e pouco maleável levou ao fabrico de um suporte que oferecesse melhores condições. Assim, as plantas surgiram como uma solução fiável para produzir o papiro, um material que apresenta boas características para receber a tinta, para conservar a cor dos pigmentos e para permitir o livre movimento do pincel (Furtado, 2000; McMurthie, 1997, p. 29). O papiro acabou por ser um suporte de escrita que teve muito sucesso, sendo utilizado em várias partes do mundo, como no Egipto, na Grécia e em Roma e o seu uso permaneceu no Ocidente até ao século VII (Faria e Pericão, 2008). O papiro, contudo, não era um material perfeito para escrever, pois havia sempre o perigo de se furar quando se escrevia e era muito sujeito a deteriorar-se com água e com a humidade. Quando secava continuava muito frágil, tornava-se quebradiço como folhas secas (McMurthie, 1997). McMurthie (1997) considera que ao papiro deve-se uma grande importância, no sentido em que este foi imprescindível para o desenvolvimento da cultura humana, chegando a servir a humanidade durante cinquenta séculos.

Porém, outro material também foi sendo desenvolvido, tornando-se no suporte de escrita mais utilizado na Idade Média, o pergaminho. O pergaminho era um suporte de escrita feito de pele animal, geralmente com pele de carneiro ou de vitelo, muito mais resistente e mais duradouro que o papiro, embora fosse mais pesado e mais caro (McMurthie, 1997). O papiro era um material fabricado no Médio Oriente, o que levou à disseminação do pergaminho, pois libertou o Ocidente da dependência das importações do Médio Oriente (Furtado, 2000).

Enquanto se difundia a utilização do pergaminho, já os chineses utilizavam o papel como suporte de escrita, em meados do ano 105 na era Cristã (McMurthie, 1997). Inicialmente, o papel era muito frágil, apresentando uma superfície irregular e não era

apropriado para a recepção de pigmentos, com a evolução de algumas técnicas para aperfeiçoar o seu fabrico, hoje o papel é indispensável na impressão (Furtado, 2000). Porém, a vulgarização deste material como suporte de escrita demorou largos anos. Durante seiscentos anos o papel era domínio chinês, passando, posteriormente, para o domínio dos Muçulmanos, durante quinhentos anos. McMurtrie (1997, p. 83) refere que a origem muçulmana do papel não teve grandes simpatias da Igreja, chegando até a existir um decreto que declarava que os documentos registados em papel não tinham qualquer validade legal. Assim, o pergaminho continuou a ser o suporte de escrita de eleição utilizado na Europa. Porém, tal como afirma Furtado (2000, citando Henri-Jean Martin), a utilização de pele animal só seria suficiente numa época onde a tradição de escrita era reduzida, tendo em conta que levaria a um massacre animal. Assim, com o aparecimento e desenvolvimento da imprensa da Europa, o papel começou a ser utilizado em larga escala. McMurtrie (1997, p. 83) assume que o papel foi muito importante para o êxito da imprensa, o que levou à sua utilização universal.

Quanto, ao caso particular de Portugal, o uso de papel como suporte de escrita remonta ao reino de D. Dinis. Em 1305, D. Dinis ordenou que a escrita passasse a ser feita em papel e não em pergaminho. Como existiam poucas possibilidades de fabricar papel em Portugal, o produto era importado, principalmente, de França. No século XVII, começaram a existir mais engenhos para o fabrico de papel, para evitar a concorrência estrangeira. Foi na passagem deste século, para o século XVIII que aconteceu a transformação da indústria do papel no nosso país (McMurtrie, 1997).

Não foi apenas o material para o suporte de escrita que foi mudando ao longo dos séculos. A forma como o livro é apresentado, hoje em dia, formado de folhas ligadas e cozidas de um lado, demorou muito tempo a surgir. O papiro e o pergaminho eram

apresentados em rolos ou *volumén*, como eram designados. Durante a utilização do pergaminho desenvolveu-se, ainda, outra forma de apresentar os conteúdos escritos, o códice ou *codex*, as folhas de pergaminho, em vez de serem coladas pelas extremidades e depois enroladas, dobravam-se para formar duas, e as colecções ou grupos destas folhas dobradas ligavam-se pelos vincos (McMurtrie, 1997).

## 2. O Mercado do Livro

Foi no século XVIII que se deu uma generalização do mercado do livro, isto é, o livro começou a ser considerado um objecto de compra e de venda. Surgiram mecanismos que começaram a garantir a circulação do livro, o que levou ao desenvolvimento da edição (Furtado, 2000). Foi durante este século que se começou a definir com clareza e objectividade os actores neste sector, falamos assim do autor, do editor e do livreiro, constituindo o sector da edição. Segundo, Anselmo (1997, p. 11), a edição está “...estritamente ligada ao aspecto de divulgação pura e simples de textos e imagens, quer por iniciativa do autor quer por intermédio de um editor, interessado na publicação de um obra, com objectivos lucrativos ou, então, apenas com a intenção de comunicar, de tornar comum a outros aquilo que está na sua posse...”. Assim, pode-se verificar que a edição de livros forma como que um circuito, começando no autor e terminando na sua divulgação. Para Paola Dubini (citada por Furtado, 2000) o circuito do livro é formado pelos seguintes pontos principais: o autor, as empresas editoriais, as empresas especializadas na impressão de livros, os distribuidores intermédios e os pontos de venda a retalho. O autor é quem fornece os textos às empresas editoriais, estas, por sua vez, têm a função principal de fazer o tratamento do texto, transformá-lo num livro e comercializá-lo. Quando o livro está produzido, as empresas especializadas na impressão de livros têm a função de proceder à impressão destes. Posteriormente,

entram em serviço os distribuidores intermédios, que se ocupam da difusão do livro e, por vezes, da sua promoção. Por último, existem os pontos de venda a retalho, onde se incluem, por exemplo, as livrarias e os quiosques.

Tendo em consideração que as empresas editoriais têm o papel fundamental no circuito do livro, parece-me importante enumerar as suas actividades de um modo mais concreto, assim as suas principais actividades incluem:

- A aquisição de conteúdos, esta actividade tem início quando o editor adquire os conteúdos, incluindo um processo de procura, de selecção e avaliação dos conteúdos e a negociação de direitos para utilizar os referidos conteúdos;

- O desenvolvimento do conteúdo, inclui um processo de potencializar o conteúdo através do *editing*;

- O desenvolvimento do produto e design, nesta actividade define-se o aspecto e a forma eventuais do produto final;

- O *Management* do projecto, esta etapa inclui um conjunto de tarefas relacionadas com o controlo de custos, qualidade e *time-to-market* da realização do produto, isto é, o tempo entre a análise de um produto e sua disponibilização para a venda;

- A formatação do conteúdo, esta actividade inclui todas as tarefas da pré-impressão, isto é, a preparação do conteúdo para a sua publicação no mundo da impressão;

- O Marketing, esta actividade inclui tarefas relacionadas com a convicção de que o produto está adequadamente preparado para os requerimentos do marketing, nomeadamente, decisões sobre o preço;



- As promoções, aqui estão agrupadas todas as tarefas relacionadas com a promoção dos conteúdos, como por exemplo, publicidade, catálogos, críticas, presença do autor em diferentes eventos e etc.;
- As vendas, actividade relacionada com a conversão das actividades em transacções;
- A fabricação, actividade que reproduz o produto para venda;
- A execução, inclui as tarefas que correspondem à administração a venda completa, levando o produto até ao consumidor;
- O armazenamento, actividade que visa a gestão da manutenção dos produtos produzidos antes da venda;
- O Serviço ao consumidor, actividade que envolve a interacção directa com o consumidor;
- Outras fontes de rendimento, actividades alternativas que envolvam rendimentos, como a venda de publicidade, desenvolvimento de oferta de serviços que complementem o produto e etc. (Furtado, 2000, pp. 95-96).

Existem vários canais de distribuição, aquando da finalização do livro, isto é, formas de distribuir, de fazer chegar a produção das editoras aos vários pontos de comercialização existentes. As decisões relacionadas à forma de distribuir o produto cabe ao editor e, segundo Furtado (2000, p. 123), as decisões devem ser tomadas tendo em conta o tipo de produção, a dimensão da empresa e o tipo de competências amadurecidas ou disponíveis. Por sua vez, a livraria, é um dos canais mais privilegiado para venda de produtos, sendo que possui uma dimensão e variedade de oferta que, actualmente, supera qualquer outro canal e distribuição.

### 3. A Introdução das Novas Tecnologias no Mercado do Livro

Com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, a sociedade transformou-se no sentido de acompanhar esta evolução. A Internet é uma das principais impulsionadoras desta revolução, transformando todo o circuito de transmissão de conhecimento num processo muito mais rápido e acessível, do que até então. Sendo o livro um meio imprescindível de transmissão de conhecimento, a edição deve acompanhar e ajustar-se esta nova era. Só deste modo poderá corresponder à procura de um público que usa cada vez mais estas tecnologias. Assim, nos últimos anos tem sido discutido, por vários autores, como por exemplo Furtado (2000), Epstein (2002), Vale (2009) entre outros, o futuro do livro impresso. Futuro esse que depende em parte desta transformação tecnológica, levando ao emergir das novas tecnologias de informação e de comunicação no sector do livro. Essas tecnologias aplicadas à edição já representam uma parte do mercado em outros países, através da publicação de e-books, da utilização dos e-readers e da utilização da impressão a pedido.

Este avanço tecnológico teve um grande impulso com a criação do projecto Gutenberg. Johannes Gutenberg foi um alemão que revolucionou a produção de livros, inventando a impressão móvel, em meados de 1440 que provocou um grande boom de produção de livros na Europa. Este projecto surge em 1971, por Michael Hart, com o objectivo de digitalizar, arquivar e distribuir obras culturais através da digitalização de livros, sendo desenvolvido por centenas de voluntários em todo o mundo. Este projecto ganhou muito adeptos e tem, actualmente, disponíveis mais de 30 mil livros online em várias línguas, tendo milhares de *downloads* diários, tornando-se a primeira e a maior biblioteca de livros electrónicos em todo o mundo.

a. E-books

Apesar de ser um assunto muito desenvolvido actualmente, os livros electrónicos não são uma novidade. Se pensarmos no livro electrónico como um livro disponibilizado para leitura através do uso de tecnologias, há uns anos atrás utilizávamos disquetes ou CD's para ler documentos. Com o desenvolvimento da World Wide Web passámos a utilizar esta rede para encontrar e para ler livros, textos ou artigos (Furtado, 2000). Esta ideia do livro electrónico não é, de todo, recente. Com a criação do projecto Gutenberg, os e-books eram considerados livros impressos digitalizados através de um software de reconhecimento de caracteres para formato digital, visando a apresentação em computador (Shiratuiddin et al, 2003). Com a evolução das tecnologias, também a definição de e-book foi evoluindo, passou a ser considerado um livro codificado em formato electrónico, um formato electrónico em que o texto é convertido ou criado e o dispositivo de leitura dos textos em formato electrónico. Furtado (2010) considera que o e-book consiste:

(...) num conjunto que agrega um texto electrónico codificado e publicado sob forma digital passível de ser decodificado através de um programa de leitura para livros electrónicos; que deve poder ser adquirido seja através da Internet seja num suporte digital autónomo e que deve poder ser lido independentemente da conexão à Internet; e que necessita de ser integrável num dispositivo de leitura adequado para se tornar legível para um leitor. Todos estes elementos devem ser considerados em simultâneo de modo a constituírem uma unidade de publicação coesa (...)

O livro electrónico acaba por trazer algumas vantagens para o leitor, como por exemplo a sua dimensão, a facilidade de acesso, oferece uma permanente e rápida actualização e grandes quantidades de conteúdos através de uma simples pesquisa. No

entanto, não podemos ocultar algumas desvantagens desta tecnologia, como é o caso da variedade de formatos que dificulta a escolha dos menos entendidos nesta área, a dependência de plataformas e de outros softwares necessários para a leitura de livros electrónicos, a ausência de mecanismos que permitam a interacção, entre outros (Furtado, 2010a).

Faria e Pericão (2008) defendem que o livro electrónico não veio substituir o livro na sua totalidade, mas o seu objectivo é conquistar o segmento do utilizador constituído por actividades como as de médicos, juristas, engenheiros e altos quadros que necessitam de informação permanente e actualizada. Estas autoras, ainda, enumeram alguns inconvenientes a estes livros electrónicos, referem que podem surgir avarias, perda de bateria, exigindo assistência técnica frequente. Contudo, estas inconveniências andam a par com as vantagens de ser fácil transportar, a disponibilização do produto é permanente, apresenta uma economia apreciável dos recursos naturais, permite uma actualização automática e uma interactividade mais funcional que o livro dito tradicional.

Kindle, Sony Reader, iPad, Nook, são uns dos vários modelos de dispositivos electrónicos para a leitura de e-books. Neste momento, provavelmente, são os aparelhos electrónicos que mais mediatismo têm, mas o que são e-readers? De um modo sintético, estes dispositivos são aparelhos que possuem um hardware e um software necessários para se pode ler um livro electrónico. Tal como indica Furtado (2007), os e-readers não são totalmente uma novidade deste século, já em 1968, pelas mãos de Alan Kay surgiu o Dynabook, que era um computador pessoal interactivo e portátil, tão acessível como um livro (p.25). Depois deste aparelho muitos outros surgiram, contudo o preço elevado e a sua grande dimensão levou ao fracasso dessas tecnologias.

Com a constante evolução tecnológica e com a entrada de grandes empresas na área, como é o caso da Amazon, da Sony e da Apple, os e-readers voltaram em grande peso, com mais funcionalidades e menor peso.

Shiratuiddin et al (2003) propõem uma categoria de modo a incluir todos os e-readers. Em primeiro lugar, classificam os leitores de base hardware (Hardware Based Readers), onde estão incluídos todos os hardware que surgiram nos anos oitenta do séculos passado, a primeira geração dos modelos de e-readers. Numa segunda categoria estão os leitores de e-books dedicados (Dedicated e-books Readers), onde estão agrupados os dispositivos do final dos anos noventa do século passado, como por exemplo Rocket e SoftBook. Para Furtado (2007), as categorias apresentadas definem apenas os dispositivos portáteis que se dedicam exclusivamente à leitura de livros electrónicos e são caracterizados por uma “... filosofia extremamente restritiva em relação às funcionalidades permitidas ao consumidos...” (p.34). Ainda existe um terceiro grupo de dispositivos de leitura de e-books que são os computadores portáteis multifuncionais, onde se incluem aparelhos como os Personal Digital Assistant (PDAs), que são de menor dimensão e que não funcionam apenas para leitura de livros electrónicos, têm outras funções como organizadores pessoais, permitem acesso à Internet, possuem processadores de texto e ainda possibilitam a leitura de ficheiro em MP3. Contudo, é necessário realçar que esta categorização foi publicada em 2003 e desde então já surgiram muitos outros e-readers. Achei, no entanto, importante mencionar esta categorização para compreender o tipo de e-readers que existem.

Dois dos grandes gigantes neste sector são, sem dúvida, a Apple e a Amazon. Estas duas empresas estão a investir nesta área, tanto na venda de e-books como na venda de e-readers. A Amazon foi uma das primeiras grandes empresas a entrar neste sector, criando o seu e-readers Kindle, um dos mais vendidos neste mercado.

Tentando adaptar-se ao avanço constante e à procura, a Amazon começou a criar formas de se poder ler e-books comprados no seu site, sem ser no seu e-reader. Assim, actualmente, pode-se ler e-books da Amazon num computador, num computador Mac, num iPhone, num BlackBerry, no iPad e num Android. Esta foi uma das reacções desta empresa às constantes críticas sobre o seu sistema completamente fechado.

Contudo existem muitos outros e-readers, de outras empresas, de outros editores, como o iPad da Apple, Nook da Barne and Noble, o Alfa da Positivo, o SonyReader, da Sony, o Samsung E60 da Samsung e aí por diante. São muitos os aparelhos para a leitura de e-books, apesar das suas diferentes características, como o peso, o tipo de ecrã, o software, o teclado, todos têm o fim de possibilitar a leitura de livros electrónicos.

No que diz respeito ao formato dos e-books, em primeiro lugar, tal como já referi, era utilizado o processo de reconhecimento de caracteres (OCR) e posteriormente era difundido em formato ASCII (American Standard Code for Information Interchange). Muitos outros formatos surgiram entretanto como o HTML (HyperText Markup Language), SGML (Standard Generalised Markup Language), XML (eXtensible Markup Language) ou o PDF (Adobe Acrobat's Portable) (Furtado, 2007). Actualmente, existe uma procura de um standard para os e-books, contudo a variedade de e-readers existentes e a inconsistência deste mercado, torna a procura mais longa. Furtado (2007) considera que existe uma pressão de vários lados para tornar diferentes formatos como sendo um standard, como é o caso da Adobe que tenta fazer com que o PDF seja um standard ou o caso da Microsoft que pressiona para seja o HTML ou Word o standard para o e-book.

b. Impressão a pedido

A impressão a pedido ou o *print-on-demand* é, no fundo, uma impressão por encomenda, é uma modalidade de impressão com capacidade para produzir produtos impressos de diversos tipos, utilizando processos e técnicas digitais (Faria e Pericão, 2008). Esta ideia de impressão a pedido surge oportunamente numa altura em que se discute os imensos gastos que as editoras têm com os *stocks* de livros a ocuparem espaço nos armazéns. Com esta modalidade de impressão apenas se imprime um livro quando existem encomendas, dispensando assim a existência de grandes *stocks*.

Para a impressão a pedido existem, actualmente, inúmeras marcas a investir na construção de grandes impressoras capazes de fazer a impressão digital de livros no menor tempo possível. Apesar de não possuir a mesma qualidade de um livro produzido em *off set*, esta modalidade oferece a vantagem de comprar num curto espaço de tempo um livro que já esteja esgotado ou um livro que não foi publicado por possuir como tema uma área muito específica.

## II. METODOLOGIA DE RECOLHA E ANÁLISE DE DADOS

Dada a natureza deste projecto de investigação, para o seu desenvolvimento utilizei uma investigação qualitativa, isto é, uma investigação que visa a compressão e a descrição de fenómenos e de dados (Almeida e Freire, 2007). Assim, utilizei métodos deste tipo de investigação com a intenção de recolher dados descritivos.

Nesta parte do relatório, faço referências às técnicas de recolha e de análise de dados que foram utilizados neste projecto de investigação para a recolha e o tratamento dos dados.

### 1. Técnicas de Recolha de Dados

No decorrer deste projecto de investigação, os dados foram recolhidos através de conversas informais, da revisão bibliográfica e de entrevistas. Tanto as conversas informais com o editor e com a assistente editorial da Relógio D'Água, como a constante revisão bibliográfica forneceram dados importantes para atingir as finalidades deste projecto de investigação.

Por outro lado, a entrevista teve um papel fundamental para a recolha de dados, tendo sido a principal técnica utilizada para a recolha de dados. A entrevista baseia-se numa conversa intencional, que pode ser realizada entre duas ou mais pessoas, com o objectivo de obter informações úteis do(s) entrevistado(s) para compreender o fenómeno que está em estudo (Bogdan e Biklen, 1994). Tendo em conta que existem vários tipos de entrevista, para esta investigação utilizei entrevistas semi-directivas, isto é, uma entrevista que é controlada e conduzida pelo entrevistado, no sentido em que existem temas específicos sobre os quais tem de obter reacções por parte do entrevistado (Ghiglione e Matalon, 2005). Como entrevistadora, tive em conta as características deste tipo de entrevista, desenvolvi um guião de modo a servir de uma



orientação. Perante o entrevistado, optei por uma postura de ouvinte, onde colocava as questões e deixei que o entrevistado respondesse a seu gosto. Deste modo, tentei seguir o guião realizado, mas nas situações em que os entrevistados antecipavam alguma pergunta, deixei-os seguir.

## 2. Técnicas de Análise de Dados

A análise de dados foi desenvolvida principalmente nas entrevistas realizadas. Duas das entrevistas realizadas foram gravadas com um aparelho para o efeito, uma das entrevistas foi realizada através de uma sessão online, escrita e síncrona e numa das entrevistas não houve a possibilidade de gravar a entrevista, neste caso, quando terminei a entrevista, realizei a transcrição, de modo a que a informação fosse o mais fiel possível. Num segundo passo, fiz a transcrição de cada uma das entrevistas para um ficheiro Word. No terceiro passo, comecei por fazer uma leitura da entrevista e comecei a análise de conteúdo propriamente dita, isto é, dividi o texto pelos temas que foram propostos no guião da entrevista e consoante os objectivos de cada entrevista desenvolvi um quadro com quatro colunas: categorias, indicadores, unidades de registo e percentagem. As categorias dizem respeito aos temas tratados na entrevista, os indicadores mostram em palavras-chave o que foi dito de cada uma das categorias, as unidades de registo são as frases tal como elas foram ditas ou escritas pelos entrevistados e a percentagem diz respeito à quantidade de vezes que o entrevistado falou sobre determinado indicador. Dada esta divisão, realizei uma síntese interpretativa de toda a entrevista, tendo em conta o quadro analítico realizado.

### III. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A apresentação e análise dos resultados serão formadas por temas. Numa primeira parte faço a análise de conteúdos das entrevistas realizadas, com uma pequena caracterização dos entrevistados ou da empresa em questão. E, numa segunda fase deste capítulo faço uma análise das vendas dos e-books e dos e-readers.

É de extrema importância referir que na apresentação e análise das entrevistas realizadas são referidos os nomes dos participantes na investigação. Visto que qualquer investigação requer os preceitos do anonimato e da confidencialidade dos dados, eu revelo o nome dos diferentes participantes, apenas e só, por ter autorização para fazê-lo. Os entrevistados desejaram ter a sua opinião com autoria e não sob a capa do anonimato.

Na apresentação das análises de conteúdo das entrevistas realizadas aparecerá apenas a análise resumida, sendo que a análise de conteúdo de todas as entrevistas encontram-se completas nos anexos, assim como os guiões e os protocolos das entrevistas.

#### 1. Análise de Conteúdo das Entrevistas Realizadas

##### *Entrevista a José Afonso Furtado*

José Afonso Furtado é licenciado em Filosofia pela Universidade de Lisboa. Entre 1987 e 1991, desempenhou o cargo de Presidente do Instituto Português do Livro e da Leitura. Foi membro do Conselho Superior de Bibliotecas desde 1998 até à sua extinção, em 2007. Actualmente, é o Director da Biblioteca de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian desde 1992, desempenhando também função de docente no curso

de Pós-Graduação em Edição, na Universidade Católica Portuguesa. Ao longo dos tempos, José Afonso Furtado tem editado livros, artigos sobre o assunto das novas tecnologias na área da edição, participando, também, em diversas conferências e congressos sobre este tema.

A entrevista foi realizada presencialmente no edifício da Fundação Calouste Gulbenkian com o objectivo de conhecer e compreender as concepções do entrevistado sobre o futuro do livro impresso, tendo em conta a emergência dos *e-books*, os *e-readers*, a impressão a pedido e a edição *online* e tentar obter mais pistas para a investigação, dado o conhecimento do entrevistado nesta área. De seguida, no Quadro 1, faço a apresentação da análise realizada à entrevista.

Quadro 1.

Análise de conteúdo da entrevista realizada a José Afonso Furtado.

| <b>Categoria</b>                             | <b>Indicadores</b>  | <b>%</b> |
|--|---|----------|
| A introdução das novas tecnologias na edição | Proporcionou o negócio de venda de livros físicos através da Internet   | 1        |
|  | Em Portugal existem experiências de utilizar as novas tecnologias para vender livros físicos da Internet, como por exemplo, a Wook e a Mediabooks | 1        |
|  | É necessário um modelo de negócio que faça sentido, as novas tecnologias servem para pensar no negócio  | 2        |
| Edição Online                                | A edição Online consiste na edição de livros em suporte electrónico   | 1        |
|  | Nos últimos dez anos muito pouco mudou, mas já se utilizavam os CD's e as disquetes como meio de divulgar obras literárias                        | 2        |
|  | Está a acontecer uma luta de posições, visto que a edição online está a ser liderada por empresas que não são agentes tradicionais da edição      | 4        |

|                           |  |   |
|---------------------------|--|---|
|                           | A Amazon tem utilizado um modelo de negócio com a intenção de vender títulos   | 1 |
|                           | A edição online está consolidada na edição científica e na edição profissional, onde existe mais retorno de investimento                                 | 3 |
|                           | A distribuição electrónica apresenta grandes vantagens para as editoras  | 1 |
| Edição Online em Portugal | É um mercado novo e implica mudanças de perspectivas e mudanças de actuação da parte das Editoras  | 1 |
|                           | Existe uma sensibilidade que envolve os interessados nesta área  | 1 |
|                           | Não existem dados suficientes sobre a edição em Portugal   | 3 |
|                           | Dada a pequena dimensão do mercado nacional, dificilmente Portugal irá ser líder nas tendências  | 1 |
|                           | Em Portugal a área com mais expressão em termos de edição online é a área educativa  | 1 |
| E-book                    | O e-book é parte de um pressuposto que é a existência de uma versão que é digitalizada e passa para o fluxo digital ou é um livro que é produzido online | 1 |
|                           | O e-book necessita de um conteúdo digital ou digitalizado e de um sistema de leitura   | 1 |
|                           | Não existe uma linguagem de formatação standard para os e-books  | 5 |
| E-readers                 | O primeiro e-reader surgiu em 1998/99, o Rocketbook  | 1 |
|                           | Está destinado a um público com mais hábitos de leitura, mais habituado às novas tecnologias e a quem tem mais possibilidades financeiras                | 1 |
|                           | Mesmo que os e-readers não sejam comercializados em Portugal, pode-se importar, contudo é necessário saber se são compatíveis                            | 2 |
|                           | O mercado português não está a produzir conteúdos para os e-readers  | 1 |
|                           | As pessoas apresentam alguma resistência porque ainda não sentiram necessidade de investir num aparelho electrónico que permite a leitura de e-books     | 5 |

|                        |   |   |
|------------------------|---|---|
|                        | Com a quantidade de e-readers que existem as pessoas não sabem decidir  | 1 |
|                        | Os e-readers oferecem a vantagem de andar com muitos livros ao mesmo tempo, sem que pese muito  | 1 |
|                        | Com a leitura electrónica, não será possível fazer citação  | 1 |
| Kindle da Amazon       | O Kindle tem um sistema fechado   | 4 |
|                        | Tem poucas obras de autores portugueses   | 1 |
|                        | Tem um sistema simples de utilização  | 3 |
|                        | Não há certeza sobre a venda dos Kindles  | 2 |
| Impressão a Pedido     | É um modelo de negócio que está a evoluir rapidamente   |   |
|                        | A impressão a pedido faz sentido para determinadas obras que não tenham vendas muito significativas   | 1 |
|                        | Apesar de não ter a mesma qualidade do que um conteúdo impresso em offset, é algo que as editoras deveriam utilizar mais  | 1 |
|                        | Quando se compra um livro, não se sabe se foi impresso a pedido ou não  | 1 |
|                        | Actualmente existem firmas especializadas em impressão digital, nomeadamente em Portugal  | 1 |
| Auto-publicação        | A auto-publicação é um dos grandes mercados em crescimento nos Estados Unidos   | 1 |
|                        | Há empresas de auto-publicação como a lulu.com para pessoas que estão dispostas a pagar para ver o seu livro impresso   | 1 |
| A posição das editoras | A introdução de tecnologias digitais alterou a cadeia normal de produção e distribuição de livros, assim as editoras têm de reflectir na parte da sua organização | 1 |
|                        | As editoras devem possuir uma infra-estrutura que lhes permita um fluxo de trabalho digital que possa resultar uma série de diferentes outputs                    | 2 |

Segundo o entrevistado, a introdução das novas tecnologias no sector da edição proporcionou o negócio sustentado de venda de livros físicos através da internet, como é o caso da Amazon que começou por vender livros físicos no seu site e actualmente, “... vende quase tudo, desde sapatos, música e ficheiros que têm livros para o Kindle...”. Em Portugal, José Afonso Furtado refere que existem algumas experiências com as editoras, nesta área, como é o caso da Porto Editora que possui a livraria Wook e a Texto Editora que possui a Mediabooks. Para o entrevistado o essencial aqui é um negócio que faça sentido, utilizar as novas tecnologias para pensar no negócio, no sentido em que as editoras devem pensar essencialmente no público que pretendem atingir. Para exemplificar este caso, o Director da Biblioteca de Artes da Fundação Calouste Gulbenkian utiliza o sector da edição universitária nos Estados Unidos da América, onde existe uma grande tradição. Essas editoras, segundo o entrevistado, “...limitam-se a editar para o universo dos seus alunos...”, isto é, trabalham para dentro, produzindo manuais universitários, coisas desse género que são “... muito mais vulgares... e ... possibilita edições com tiragens muito menores, trabalhar com tecnologias como a impressão a pedido e coisas desse género que permitem um controlo *anteriori...*”. Assim, o entrevistado mostra que as editoras, consoante o seu público-alvo, devem definir “...qual é o canal que vai utilizar privilegiadamente e em função desse canal vai definir como o produto, como a obra vai ser produzida e distribuída...”.

Considerando que a edição online consiste na edição de livros em suporte electrónico, José Afonso Furtado menciona que a edição online pouco mudou nos últimos 10 anos, no sentido em que “... em 2000 já se utilizaram CD-ROM’s como meio, ou disquetes mesmo, [...] como meio de divulgar obras literárias...”. O entrevistado menciona que o primeiro dispositivo para a leitura de livros electrónicos é de 1998 e surgiu com a designação de e-books readers. Actualmente, o entrevistado

assume que está a acontecer uma “... guerra de posições para ver quem é que vai ocupar as posições...”, acrescentando que “...não é garantido que as posições venham a ser ocupadas pelas empresas tradicionais da edição...”. Isto porque a introdução das novas tecnologias na área da edição, nomeadamente o desenvolvimento dos e-readers tem sido conduzida por grandes empresas como a Amazon, a Sony, a Apple que nada têm a ver com a edição. Assim, José Afonso Furtado menciona que é um “... mau sinal para os editores, é sinal de que estão dependentes...” e isso tem proporcionado guerras entre essas empresas e os agentes tradicionais de edição, as editoras. Guerras muitas vezes derivadas do facto dessas grandes empresas quererem vender os e-books abaixo do preço do mercado para ganhar mercado, mas isso, tal como refere o entrevistado, “... tem coisas boas e coisas más...”. Em termos financeiros, ao venderem os e-books a baixo preço, as editoras começam a ter uma margem muito apertada de lucro de edição, admite o entrevistado. Focando o caso da empresa Amazon, com a intenção de vender os títulos, está a vender abaixo daquilo que compra, ficando assim a perder, isto acontece, segundo o entrevistado, porque o mercado é muito pequeno, mas “... se o mercado crescer [a Amazon] já pode ganhar dos dois lados...”. José Afonso Furtado define, assim, este mercado como sendo um mercado em grande evolução, com constantes compras e vendas com fusões e aquisições com grau de concentração que nunca teve. Duas das áreas onde a edição online já está consolidada, segundo José Afonso Furtado, são a área da edição científica e a área da edição profissional. A área científica, é uma área em que praticamente só produzem em formato electrónico e com mais restrições, o entrevistado acrescenta que é “... um segmento de mercado do livro onde há muito mais retorno de investimento, neste momento...”. Essas empresas tiveram um grande investimento para “...transformar, digitalizar todas as revistas que produziam e transformar aquilo numa base de dados...”, e assim, o entrevistado

menciona que “...utilizam isso como motivo para vender mais caro...”. O entrevistado refere que estas editoras têm “...uma tradição e uma posição no mercado que vem desde há muitos anos...”, assim já têm “... uma posição bastante confortável [...] e as barreiras à entrada são enormes...”. Como curiosidade, o entrevistado relata que teve de deixar de assinar algumas revistas porque “...há aumentos de custos que vão aos duzentos e trezentos por cento...”. Outro dos motivos que o entrevistado refere que levou à consolidação da edição online na edição científica é o facto de que nas zonas científicas os profissionais estão habituados a trabalhar em computador, em ambiente cooperativo com outros cientistas de outras zonas, “... por isso é um mercado à parte...”. Quando ao mercado profissional, José Afonso Furtado afirma que a edição ao nível profissional é “... um dos negócios mais lucrativos...”, ao nível de escritório de advocacia que utilizam bases de dados com os diários da república digitalizados ou como nos Estados Unidos da América em que se utiliza uma base de dados de custo muito elevado que possui toda a jurisprudência que é utilizados nos julgamentos. Deste modo, em termos conclusivos, o entrevistado refere que a edição online traz imensas vantagens para as editoras, nomeadamente na distribuição electrónica, pois “... não tem custos de armazenamento, não tem custos de devoluções, não tem custos de distribuição. Cada nova cópia não custa quase dinheiro nenhuma. Põe à distância em qualquer lado...”.

Relativamente à edição online, mas focando no caso específico de Portugal, quando questionado sobre este assunto o entrevistado assume que evita falar sobre o mercado nacional por três motivos. O primeiro consiste no facto de que foi Presidente do Instituto do Livro e Leitura, durante cinco anos e nessa altura ficou a conhecer muitos editores e casas editoras com as quais estabeleceu relações e portanto ficou a conhecer bem a sensibilidade que existe no sector editorial em Portugal, acrescentando



que “...quando publico um livro, em vez de discutir coisas, as perspectivas que defendo, ter polémicas em todo o lado porque a editora tal não foi bem tratada...”. O segundo motivo está relacionado com o facto de que não existem dados sobre a edição em Portugal, José Afonso Furtado menciona que está para sair um estudo, já há algum tempo, realizado pelo Observatório de Actividades Culturais e Estatísticos da Edição, acrescentando que quando sair já estará desactualizado. O entrevistado refere que a terceira razão tem a ver com o facto de que existem dados relativos à edição internacional, assim prefere dar exemplo de outros mercados, em que sabe do que está a falar. Como Portugal é um país pequeno, o entrevistado refere que muito dificilmente o nosso país será líder nas tendências nesta área, o que acontece é que as tendências chegam cá e são adaptadas. Em Portugal, a área com mais expressão em termos de edição online é a área educativa, afirmando que os materiais vendidos ou traduzidos para o nosso mercado educativo vêm com uma mistura de componentes físicos e digitais. Contudo, o entrevistado afirma que é um mercado novo, que chegou agora a Portugal e desta forma “...implica uma série de mudanças de perspectivas, mudanças de actuação, que não sei se todas as editoras têm condições para dizer, se querem fazer ou se justifica neste momento fazer...”.

Relativamente ao e-book, o entrevistado refere que o livro electrónico é a existência de uma versão que é digitalizada que assim passa para um fluxo digital ou, então, é um livro que é exclusivamente produzido online. Nesse sentido, o e-book para ser considerado um e-book necessita de um conteúdo digital ou digitalizado e de um sistema de leitura, de acordo com a sua codificação. O entrevistado menciona que o e-book não apresenta um formato standard, existem alguns formatos como o PDF, o XML, o iPub, contudo não existe por enquanto um standard. Quanto questionado sobre as características de cada um destes formatos, o entrevistado refere que o XML é uma

“...linguagem que permite uma maior... digamos é o ficheiro ideal e foi para isso que ele foi pensado [...] é muito mais maleável e permite intervenções no ficheiro e transposições para outros formatos de uma maneira mais transparente...”. Quanto ao PDF, o entrevistado menciona que é uma linguagem que não se adapta à dimensão dos ecrãs. Para exemplificar, o entrevistado mostra no seu Kindle um ficheiro codificado em PDF, acrescentando que é uma “... verdadeira tragédia...” ler, no sentido em que o documento fica com letras de tamanho reduzido. O Kindle tem três diferentes tamanhos de letras, mesmo que se aumente para o tamanho maior não se consegue ler bem um ficheiro PDF. Contudo, José Afonso Furtado assume que o PDF é um standard de facto, apesar de não existir nenhuma norma internacional que o defina, acrescentando que são guerras que existem noutros sectores de entretenimento, “... a certa altura um ganha e pronto, acaba por impor um standard...”. Assim, consoante o formato do ficheiro é necessário um software para que seja possível ler o ficheiro, para ler o PDF é necessário o Adobe Reader, caso seja para distribuição em computador. O entrevistado indica que é preciso que estes softwares sejam compatíveis com o sistema operativo de cada computador, acrescentando que “...haverá, em teoria, sistemas operativos que não possam ler o PDF...”. Através do XML pode-se criar um ficheiro em AZW que é um ficheiro exclusivo para leitura no Kindle da Amazon e deste modo, não lê ficheiro em PDF com a mesma qualidade.

No que diz respeito ao e-readers, o entrevistado indica que o primeiro e-reader que surgiu foi o Rocketbook em 1998/99. Porém, apesar de já ter surgido já há alguns anos, o entrevistado menciona que os e-readers estão “... destinados a um público específico com um segmento que têm mais hábitos de leitura e mais curiosidade e que está mais habituado a gastar dinheiro em livros...”. José Afonso Furtado admite que tem alguns e-readers, contudo nem todos são comercializados em Portugal, deste modo

teve de importá-los e ao importar é necessário saber se o sistema é compatível com os sistemas existentes em Portugal, para “... exercer todas as potencialidades...”. O importante não é saber se determinado e-readers está ou não disponível em Portugal, diz o entrevistado, o importante é “... preciso saber é se temos alguma coisa para lá pôr...”, assim este assume que não existem conteúdos em português suficientes para justificar a compra de um e-readers da parte de uma pessoa que não tenha facilidade em ler em inglês ou em outra língua, tendo em conta que o preço dos e-readers ronda os 280 e os 300 euros. Quando questionado o porquê de existir uma resistência por parte das pessoas em adquirir aparelhos electrónicos para leitura de e-books, o entrevistado refere que nunca foi necessário um aparelho para ler livros, para ouvir um CD é necessário um leitor de CD's, para ver um filme é necessário um DVD. Assim, isto tudo é uma mudança, afirma o entrevistado, é necessária uma mudança nos hábitos dos leitores, ler num aparelho electrónico é mais cansativo e lê-se mais devagar. Ironicamente, o entrevistado diz que quando se está a ler um romance, “... não quer ser atrapalhado por ‘acabou a bateria’...”. Assim, José Afonso Furtado afirma “... não é por haver tecnologias que as coisas são aceites ”... é necessário que as pessoas...” estejam convencidas de que justifica, no caso deles, e que traz um valor acrescentado para a sua vida ou para o seu divertimento, adquirir um leitor [...] porque depois tem de adquirir, comprar na mesma os livros...”. No caso de Portugal, em que existem fracos hábitos de leitura, o entrevistado menciona que as pessoas “...não vão gastar só no aparelho que lhes permite ler livros o que não gastam por ano em livros...” e, por outro lado, acrescenta que “... os modelos de negócio são tantos que há na edição electrónica... são tantos, os formatos são tantos, que as pessoas não sabem bem o que hão-de comprar. Provavelmente, muitas estão à espera que o mercado decida. É impossível ter uma noção das coisas...”.

O e-reader da Amazon, o Kindle, segundo o entrevistado, tem um sistema fechado, completamente isolado, no sentido em que não se pode ser usado por mais ninguém, não se pode emprestar livros. Para contrariar esta característica, o entrevistado menciona que a Amazon criou uma aplicação gratuita que a Apple aceitou e assim no iPhone é possível ler os livros comprados na Amazon, acrescentando que “... a Apple aceitou, mas não significa que continue a aceitar...”. A Amazon também possui um outro software que é o ProLibri que permite fazer um formato iPub, para colocar no Kindle, afirma o entrevistado. Actualmente, a loja da Amazon tem poucos autores portugueses, José Afonso Furtado refere que iria ter Ruben Fonseca do Brasil e obras do Saramago, acrescentando que agora é fácil colocar na loja mais obras portuguesas. Em termos de utilização, o entrevistado relata que é muito fácil efectuar uma compra no Kindle, é necessária uma pesquisa pelo nome do autor ou pelo nome da obra e clicar para efectuar a compra, o preço já inclui o IVA. Sobre as vendas do Kindle, a Amazon anunciou que no Natal de 2009 aumentou as suas vendas, contudo, o entrevistado afirma que duvida desses dados, acrescentando que tem esse direito, pois considera que ao preço a que está o Kindle não faz sentido estar a oferecer este aparelho como prenda a toda a gente.

Relativamente à temática a impressão a pedido, José Afonso Furtado revela que este é um negócio que está a evoluir rapidamente, acrescentando que é um negócio que faz sentido para obras que não têm vendas significativas, tendo a vantagem de “...ir podendo produzir os livros à medida que eles vão sendo pedidos...”. Assim, evita-se grandes tiragens, mas sem perder o mercado. O entrevistado alerta que é necessário a tiragem de alguns exemplares para colocar nas livrarias, para que as pessoas saibam que o livro existe. Contudo, a impressão a pedido não tem a mesma qualidade que um livro que é impresso em offset, mas deve ser algo que as editoras deveriam utilizar mais. O

entrevistado refere que actualmente não se sabe se quando compramos um livro se ele existe já ou se foi produzido após o nosso pedido. O Director da Biblioteca de Artes da Fundação Calouste Gulbenkian menciona que existem empresas que trabalham com impressão a pedido, nomeadamente em Portugal, a Publidisa que tem um modelo de negócio que consiste em trabalhar para as editoras.

Segundo o entrevistado, a auto-publicação é um dos mercados em crescimento nos Estados Unidos da América, assim surgem várias empresas dedicadas a fazer este tipo de serviço, como é o caso da lulu.com, existem muitas pessoas dispostas a pagar par ver o seu livro editado e é cada vez mais barato.

A introdução das novas tecnologias no sector editorial fez com que acontecesse uma alteração na cadeia normal de produção e distribuição de livros, segundo o entrevistado, é necessário que as editoras reflectam na sua organização, para que definam “...estratégias para... quando fazem determinado, ou quando decidem publicar determinada obras, se ela vai ser... por que canal a obra vai ser distribuída...”. Assim, as editoras devem assumir uma infra-estrutura em que as novas tecnologias digitais estejam incluídas, uma infra-estrutura que, segundo o entrevistado, seja “... suficientemente flexível, não pode ser rígida, de maneira a que dessa infra-estrutura, desse fluxo de trabalho digital possa resultar uma série de outputs, completamente diferentes...”. É necessário que as editoras comecem já a trabalhar em fluxo digital, para que no futuro, não tenham que pagar para transferir ficheiros para ficheiros digitais, o entrevistado menciona que é “...melhor começar logo no início com um ficheiro maleável, flexível...”. Em modos conclusivos, o entrevistado afirma que haverá uma “... mescla de negócios, de canais e o que é preciso é as pessoas, à partida, saberem qual é o canal que querem...”, os autores acabam por ficar confusos porque por um lado têm ofertas, por outro não têm a certeza de qual será a dimensão do mercado e

por último sabem de que se não entrarem agora mais tarde poderá haver barreiras e será muito mais dispendioso. O entrevistado acrescenta que pode não se justificar, neste momento, produzir livros electrónicos, mas é necessário ter “... um fluxo de trabalho que esteja preparado para essa eventualidade...”, podendo as editoras trabalhar sozinhas ou dividir os custos com outras associações.

### *Entrevista à Sociedade Portuguesa de Autores*

A Sociedade Portuguesa de Autores (SPA) é uma cooperativa de responsabilidade limitada, fundada em 1925 para a Gestão do Direito de Autor, nos termos da legislação nacional e internacional. Tem como principais funções dar a autorização para a utilização das obras dos titulares de direitos de autor que representa (nacionais e estrangeiros, quer sejam autores, seus sucessores ou cessionários); Fixa as condições dessa utilização; Cobra os direitos correspondentes a essa utilização; Distribui os montantes cobrados, após dedução das comissões, pelos titulares dos respectivos direitos; E, desempenha funções de carácter social e cultural e mutualista.

Esta sociedade representa um total de cerca de 20.000 autores portugueses de todas as disciplinas literárias e artísticas. Representa ainda os autores, sucessores e cessionários inscritos em cerca de 200 sociedades congéneres existentes em 90 países de todos os continentes, com as quais a SPA mantém relações contratuais recíprocas.

A entrevista foi realizada presencialmente no edifício da SPA, à Dra. Ana Rita Santos responsável pelo departamento dos Grandes Direitos, com o intuito de conhecer quais têm sido as reacções desta sociedade no que diz respeito à edição on-line, à publicação de e-books e impressão a pedido, compreender quais as concepções desta sociedade relativamente à questão dos direitos de autor e conhecer os projectos em que

a SPA está envolvida nesta temática. No Quadro 2 está presente o resumo da análise de conteúdo realizada, estando a versão completa no anexo 8.

Quadro 2

*Análise de conteúdo da entrevista realizada à Sociedade Portuguesa de Autores.*

| <b>Categoria</b>                                    | <b>Indicadores</b>  | <b>%</b> |
|---|---|----------|
| Introdução das novas tecnologias na edição          | Nas novas tecnologias estão incluídos os áudio-books, os e-books, o <i>print on demand</i>            | 1        |
|   | A introdução das novas tecnologias dependerá dos editores e dos custos                                | 3        |
|   | Nem todas as editoras estão a utilizadas nas novas tecnologias  | 1        |
|   | Existem muitas possibilidades para as novas tecnologias na área escolar                               | 1        |
| Vantagens das novas tecnologias no sector editorial | As novas tecnologias podem ajudar na aproximação entre a SPA e outras sociedades                      | 1        |
|   | Poderão ajudar a evitar destruição de livros  | 1        |
| Parcerias   | O acordo com a Google tem sido tratado pelas relações internacionais                                  | 1        |
|   | Acordo assinado com o Sítio do Livro tem apresentado poucos resultados, dada a sua recente actividade | 1        |
| Projectos futuros                                   | No futuro, pretende-se acompanhar esta evolução e perceber o que irá acontecer                        | 6        |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | A nossa missão é estar ao lado do autor | 1 |
|--|---|---|

No que diz respeito à introdução de novas tecnologias no sector editorial, a SPA afirma que é uma questão que ainda está prematura, acrescentando que nem todas as editoras estão a adoptar estas tecnologias. Nestas tecnologias, estão incluídas os audio-books, os e-books e a impressão a pedido. A SPA acredita que quem deve dar o primeiro passo são as editoras, tendo em conta que são as editoras que editam, deste modo têm a decisão na sua mão, mas que de certo todas as editoras irão querer acompanhar este avanço tecnológico. Para além da introdução das novas tecnologias no mundo da edição estarem dependente das editoras, a entrevistada assume que os custos serão um factor muito importante para determinar a entrada das tecnologias neste sector. Uma das áreas que a entrevistada assume como tendo muitas possibilidades para a penetração das tecnologias digitais é a área escolar.

No que diz respeito às vantagens que as tecnologias podem trazer a esta sociedade, a entrevista afirma que “...talvez haja uma maior aproximação entre a SPA e outras sociedades...”. Quando questionada quanto à possibilidade das tecnologias no sector editorial como sendo uma forma de evitar a destruição de livros, a entrevista refere que não está dentro do assunto, mas que poderá ser uma solução para este problema.

Quanto às parcerias da Sociedade Portuguesa de Autores, a entrevistada refere que não tem conhecimento sobre os objectivos do acordo com a Google, que foi noticiada no site desta entidade, sendo que é um assunto que está a ser dirigido pelo departamento de relações internacionais. A entrevistada assume que têm tido poucos resultados relativamente ao acordo assinado com o Sítio do Livro, defendendo que é uma empresa muito recente. A entrevistada realça que o acordo com o Sítio do Livro apresenta dois



sentidos, por um lado visa a disponibilização do catálogo da SPA para ser comercializado por esta empresa e, por outro lado, visa a defesa dos autores que a utilizam e decidem auto-publicar-se através dos serviços prestados pelo Sítio do Livro. A responsável pelo departamento dos Grandes Direitos da SPA refere que o Sítio do Livro funciona como um *print-on-demand*, acrescentado que “...quando não há possibilidades de fazer grandes tiragens, faz-se em pouca quantidade para que seja tudo comercializado...”.

Relativamente ao futuro, a entrevistada afirma que o próximo ano será um grande *boom*, actualmente isto está “... ainda muito cru...”. Assim, a SPA está expectante para ver o que é que o próximo ano traz e o que é feito pelas editoras, voltando a referir que são as editoras que decidem, realçando que “...estamos em crise, os editores é que têm o dinheiro...”. A responsável pelo Grandes Direitos realça e sublinha que a missão primária desta entidade é sem dúvida defender o autor, acrescentando que estão sempre do lado do autor.

#### *Entrevista ao Sítio do Livro*

A Sítio do livro é um projecto empresarial que, por um lado, visa comercializar, exclusivamente pela Internet, obras que não se encontrem à venda no circuito livreiro e, por outro lado, visa facilitar a auto-publicação, usando o sistema de impressão a pedido.

A entrevista foi realizada presencialmente, no Sítio do Livro, ao Director António Arriaga com a intenção de conhecer este projecto, focando os seus objectivos, o seu funcionamento e os participantes envolvidos neste processo. No quadro 3 é apresentada o resumo da análise de conteúdo realizada à entrevista efectuada (a análise encontra-se completa em anexo 10).

## Quadro 3

*Análise de conteúdo da entrevista realizada ao Sítio do Livro*

| <b>Categorias</b>        | <b>Indicadores</b>  | <b>%</b> |
|--------------------------|---|----------|
| Sítio do Livro           | É um conceito inovador, difícil de classificar nos padrões existente, acabando por ser uma livraria e uma editora   | 1        |
|                          | A ideia de criar o Sítio do livro surgiu da teoria que defende que através das novas tecnologias pode-se vender tudo virtualmente   | 1        |
|                          | O Sítio do livro pretende dar oportunidade a autores de se auto-publicarem e pretende vender obras, através da internet, que já não se encontram no círculo das livrarias       | 2        |
|                          | Pretendem vender pouca coisa de muita coisa   | 1        |
| Funcionamento da editora | Nos primeiros meses, as acções focaram-se na abertura do site e na realização de acções de promoção do Sítio do livro   | 1        |
|                          | Vendem ao mesmo preço que as livrarias  | 1        |
|                          | Trabalham com uma gráfica de impressão digital  | 2        |
| Processo de edição       | Desenvolve-se o <i>setup</i> da obra, produz-se uma primeira prova para apreciação do autor, de seguida produz-se um exemplar final para o depósito legal e outro para o autor  | 1        |
|                          | Não fazem impressões sem que haja encomendas  | 1        |
|                          | Não possuem critérios editoriais para publicar obras, sendo que possuem o direito de recusar a publicar algo que seja censurável, ofensiva ou com falta de correcção literária. | 1        |
|                          | Promoção de livros através do Google, de redes sociais, de  | 1        |

|           |  |   |
|-----------|--|---|
|           | newsletter e de press release  |   |
| Parcerias | A Sítio do livro trabalha em parceria com quase todas as editoras em Portugal, com o objectivo ter disponível no site os catálogos em formato electrónico das editoras             | 3 |
|           | É uma parceria com muitas vantagens, nem o Sítio do Livro nem as editoras ficam a perder. Sendo, apenas, necessária uma maior divulgação   | 2 |
|           | A Sociedade Portuguesa de Autores deu credibilidade e notoriedade ao Sítio do Livro  | 1 |
|           | O acordo assinado com a SPA abrange o universo dos autores representados por esta sociedade  | 1 |
| O e-book  | Funcionam apenas com impressão a pedido porque, apesar de ser uma questão a ponderar, o e-book ainda é um assunto prematuro e porque os autores querem ver os seus livros em papel | 3 |
|           | Serão os autores a decidir se querem ou não o descarregamento electrónico da sua obra  | 2 |
|           | Ainda não está assegurada a segurança do copyright da obra   | 1 |
|           | O Sítio do Livro estará preparado para permitir o download de obras, assim que haja condições para tal.  | 1 |
| Autores   | É um conceito inovador e inédito que os autores não percebem   | 1 |
|           | O Sítio do Livro já possui cerca de vinte autores a auto-  | 1 |

|                                      |   |   |
|--------------------------------------|---|---|
|                                      | publicarem-se   |   |
|                                      | Possui cerca de dezenas de projecto em curso  | 1 |
|                                      | Várias são as razões que levam autores a publicarem através do Sítio do Livro, sendo difícil traçar um perfil   | 2 |
|                                      | Feedback positivo, geralmente muito entusiasmante   | 1 |
| Balanço positivo dos primeiros meses | O processo inicial de desenvolvimento da empresa está a demorar mais do que o previsto mas tem-se feito tudo para assegurar o êxito comercial do Sítio do Livro | 1 |
|                                      | Já se começa a perceber para quê que o Sítio do Livro serve   | 1 |
|                                      | Feedback positivo dos consumidores  | 1 |
| Obstáculos dos primeiros meses       | A dificuldade em criar um site com todas as funcionalidades inovadoras pensadas   | 1 |
|                                      | Carregamento dos fundos de catálogo das editoras  | 3 |
|                                      | A falta de preparação das editoras para este tipo de negócio  | 1 |
|                                      | Falta de experiência de comércio electrónico das pessoas  | 4 |
| Projectos Futuros                    | Aumentar o número de títulos que são comercializados pelo Sítio do Livro  | 1 |
|                                      | Considerar a publicação de e-books  | 2 |
|                                      | Desenvolver o livro personalizado   | 3 |
|                                      | Sistema de <i>Self-service</i>  | 2 |
|                                      | Atingir a comunidade académica  | 1 |

Quando questionado sobre o que é o Sítio do Livro, o entrevistado refere que prefere “...não rotular... com nenhum desses chavões [editora e livraria]...”. Definindo o Sítio do Livro como sendo um pouco de tudo, sem ser uma livraria nem uma editora. António Arriaga caracteriza o Sítio do Livro como sendo um conceito inovador e inédito, difícil de classificar nos padrões ou funções tradicionais existentes no negócio livreiro. É uma livraria exclusivamente online porque comercializa catálogos de livros que já não se encontram em livrarias e, por outro lado, acaba por ser uma editora, no sentido em que facilita e veicula a auto-publicação de obras, sejam de obras inéditas ou republicação. Assim, de modo a minimizar o risco económico de publicação, o Sítio do Livro recorre à publicação de livros através da modalidade de impressão a pedido. A ideia de criar esta empresa, surgiu ao entrevistado enquanto lia um livro que teoriza o impacto da internet no comércio retalhista, que defende que é possível vender virtualmente tudo, no sentido em que “...consegue encontrar na internet procura comercial para tudo aquilo que se pode vender...”. O segredo para conseguir vender tudo virtualmente está muito relacionado com o minimizar ou até mesmo anular os custos físicos da comercialização, assim o entrevistado assume que pretendem minimizar os custos utilizando o seu site para divulgar os seus produtos e utilizando a modalidade de impressão a pedido. Só produzem o produto quando ele já está vendido. António Arriaga afirma que não é uma ideia nova, é algo que já é utilizado lá fora, como por exemplo pela Amazon. Relativamente aos objectivos da empresa, o entrevistado refere dois grandes objectivos. Em primeiro lugar, o Sítio do livro pretende dar oportunidade de comprar livros das editoras que já não estão nas livrarias, no sentido em que existem muitos livros que ainda são novidades que acabam por ficar muito pouco tempo nas livrarias e têm, por isso, pouca possibilidade de serem comercializados. Ao saírem das livrarias, vão para os armazéns das respectivas editoras

e deixam de ter possibilidade de serem vendidos. Assim, pretende-se dar “... continuidade à vida comercial dos livros através da internet...”. Neste sentido, contactam as editoras para que disponibilizem os seus fundos de catálogo para que sejam expostos no site do Sítio do Livro. O segundo objectivo desta empresa é dar oportunidade a autores de se auto-publicarem ou de republicarem obras que “...não encontrem um editor que queira assumir o risco económico de fazer a edição...”. Deste modo, o Sítio do Livro utiliza um modelo de negócio em que pretendem vender pouca coisa de muita coisa, vender poucos livros de muitos títulos, assim, este tipo de negócio dirige-se para autores cujas obras têm um interesse muito restrito, para autores que querem entreter os seus amigos e/ou familiares. Segundo o entrevistado, estes autores não têm a expectativa de vender mais do que dezenas ou poucas centenas de exemplares dos seus livros, acrescentando, de uma forma caricaturada, que “...se vender apenas um título de uma obra, já valeu a pena...”.

Em termos de funcionamento da empresa, o entrevistado refere que nos primeiros meses as acções focaram-se na abertura do site, nos últimos dias de Novembro de 2009, e em acções de promoção da empresa, através da internet, de entrevistas, etc.

Relativamente aos preços de venda, o Sítio do Livro vende ao mesmo preço que as livrarias, por causa da lei do preço do livro, não havendo, assim, uma vantagem de preços por se comprar na internet. Para processos de impressão, a empresa actualmente trabalha com uma gráfica de impressão digital, que oferece facilidades de acabamento de encadernação e termina o trabalho no máximo em 48 horas.

Relativamente ao processo de edição, o entrevistado revela que quando um autor solicita os serviços do Sítio do Livro, desenvolve-se o setup industrial, que inclui todas as tarefas editoriais relacionada com a revisão linguística, a paginação e o desenho da capa, acrescentado, porém, que não é um serviço obrigatório desta empresa, um autor

pode chegar com a obra já terminada. Ao ter a obra terminada em termos editoriais, produz-se uma primeira prova que é submetida à apreciação do autor para eventuais alterações ou correcções, posteriormente são produzidos dois exemplares, sendo um exemplar do autor e o outro vai para o depósito legal. Terminado este processo, não existem mais impressões sem que existam mais pedido, contudo o entrevistado refere que por vezes os autores solicitam que sejam impressas determinada quantidade de livros para lançar a obra, num evento. Acrescentando que os próprios autores costumam fazer a promoção das suas obras através de blog's, de redes de contactos pessoais e, assim, as pessoas vão fazendo encomendas. Desde modo, António Arriaga defende que "...o segredo é a questão de total flexibilidade de produção que este regime [impressão a pedido] nos permite...". Quanto a critérios editoriais para publicação de obras, o entrevistado refere que não possuem critérios editoriais, nem os devem ter porque a "...decisão de publicar é do autor...". A decisão é do autor, no sentido em que este paga o fio de publicação, apenas se houver vendas, esse fio cobre o trabalho de preparação da obra e a produção da prova e dos dois exemplares. O entrevistado afirma que o autor nunca acaba por ter que desembolsar o valor do fio de publicação, que são 75 euros, porque o Sítio do Livro só cobra o valor quando tiver direitos a pagar, acrescentando que é uma segurança que dão ao autor, só paga quando tiver vendas. Por uma questão legal, esta empresa recusa-se a publicar obras que sejam censuráveis ou ofensivas, preocupando-se, também, com a correcção literária da obra. Quando se detecta que uma obra não tem correcção suficiente, faz-se um alerta ao autor para esse efeito de modo a que este recorra aos serviços desta ou de outras empresas para um serviço de revisão literária da obra. Caso o autor se recuse a fazer a revisão literária, o entrevistado refere que têm o direito de recusar a publicação da obra. Apesar de gostar de ter obras com boa qualidade literária, António Arriaga refere que a preocupação não se centra na qualidade

literária, acrescentando que a guerra dos bestsellers e dos autores consagrados é uma guerra das editoras. Quanto à promoção dos livros comercializados pelo Sítio do Livro, existe a preocupação em fazer promoção tanto das obras inéditas, como das obras das editoras. Essa promoção é feita através de ferramentas de web-marketing, utilizando acções do Google, quer as acções gratuitas quer as pagas, utilizando as redes sociais, como o Facebook e o Twitter, e utilizando as newsletter e press release, com o objectivo de informar sobre as publicações que o Sítio do Livro vai fazendo. Não esquecendo que esta editora dá privilégio à auto-publicação, o Sítio do Livro conta que os próprios autores que se auto-publicam utilizem as suas formas de comunicar para publicitar as suas obras. O entrevistado refere que têm “... tido muita boa experiência com alguns autores que têm blog’s bastantes activos e que utilizam, com muita eficácia e com muito êxito... para promover as obras...”, esclarecendo que a editora fará sempre o que estiver ao seu alcance para promover a divulgar as publicações que vão fazendo.

Em termos de parceria, o Sítio do Livro trabalha em conjunto com quase todas as editoras em Portugal e com a Sociedade Portuguesa de Autores. Em termos das editoras, o entrevistado não quis mencionar nomes, mas refere que actualmente estão a trabalhar com quase todas as editoras. Esta parceria funciona, basicamente, na disponibilização dos catálogos em formato electrónico para que seja possível comercializar as obras extintas das livrarias. O entrevistado realça que nesta parceria não existem riscos para nenhum dos lados, acrescentando que é “...um negócio ... quase perfeito...”. O Sítio do Livro apenas proporciona um novo canal de escoamento das obras que estas nos armazéns das respectivas editoras. Para que este negócio seja efectivamente rentável e sustentável, o director do Sítio do Livro refere que é necessária uma maior divulgação, para que o público saiba que existe outra forma de comprar obras que já não estão nas livrarias. Quanto à parceria com a SPA, o entrevistado assume que esta sociedade deu



credibilidade e notoriedade ao Sítio do Livro, acrescentado que está muito agradecido. O acordo assinado com a SPA abrange exclusivamente aos autores que são representados por esta sociedade.

Relativamente ao tema do e-book, o entrevistado refere que actualmente o Sítio do Livro trabalha, apenas, com a impressão a pedido, considerando que ainda não consideraram a questão do e-book. O Director do Sítio do Livro assume que o livro electrónico é um "... assunto ainda relativamente prematuro, na altura que os próprios aparelhos não... não existem...", acrescentando que ainda não existe nenhuma penetração significativa no mercado, nem existem "... conteúdos em português para se fazer a leitura electrónica, o descarregamento electrónico dos conteúdos pelos leitores...". Para além deste factor, o Sítio do Livro opta pela impressão a pedido por ser mais seguro e o papel ainda é o formato tradicional do livro, frisando que serão os autores a decidirem se querem ou não a sua obra em formato electrónico. O entrevistado refere que até ao momento nenhum dos autores colocou a questão do e-books, afirmando que "... todos querem é ver o seu livro impresso em papel...", assim a editora/livraria utiliza um processo que permite a um autor possuir a sua obra em papel, sem ter que ter uma tiragem mínima. O entrevistado acredita que ainda não está completamente certo de que está assegurada a segurança do copyright das obras, de que haja sistemas fiéis e fiáveis que impeçam a violação do copyright, mostrando receio que venha a acontecer na edição o que aconteceu no sector da música. Assim, o Sítio do Livro está numa posição em que considera que será o primeiro a avisar e a alertar os seus autores de que só deverão publicar as suas obras por meio electrónico caso haja total garantia de que não haverá a possibilidade de violar os seus direitos. Contudo, o Director realça que caso haja condições para descarregamentos electrónicos de obras, o

Sítio do Livro estará na primeira linha para permitir e facilitar os download, tendo em conta que já possuem todos os conteúdos digitalizados.

Quanto aos autores que procuram o Sítio do Livro, o entrevistado refere que este conceito de auto-publicação não é entendido por todos, por ser um conceito inovador e inédito para quem está habituado aos processos tradicionais de edição, neste sentido são muitos os autores que contactam esta editora para se informarem. Na altura da entrevista, o Sítio do Livro já possuía cerca de vinte autores a auto-publicarem e dezenas de projectos em curso. Relativamente às razões que levam os autores a se auto-publicar, o entrevistado refere que são diversas. Existem autores que possuem crónicas em blog's ou que possuem uma colectânea de poesias que ainda não tinham tido oportunidade de publicar e resolveram utilizar a Sítio do Livro como meio de publicação. O entrevistado refere que é "...impossível utilizar aqui um perfil...", tendo em conta que aparece de tudo, profissionais de uma dada área, pessoas que tenham blog's, pessoas que têm histórias, contos ou poemas nas gavetas, etc. O entrevistado assume que a impossibilidade de traçar um perfil, leva a crer na abrangência deste projecto em termos do público que se destina. Quanto ao feedback, o entrevistado considera que não existe ainda um feedback em grande escala, mas que existe é muito positivo, pois existem muitas pessoas a felicitarem o Sítio do Livro pelo projecto.

Os primeiros meses do Sítio do livro apresentam um balanço positivo, o entrevistado afirma que, apesar da demora do processo inicial do desenvolvimento desta editora/livraria, o conceito está a ganhar notoriedade, as pessoas consideram que é uma ideia muito promissora e as pessoas já começam a perceber para quê que o Sítio do Livro serve.

Apesar do balanço positivo dos primeiros meses, o entrevistado considera que existem alguns obstáculos. O site do Sítio do Livro é um site complicado e bastante

sofisticado, contudo o director assume que ainda não está da forma como ele gostaria que estivesse, com funcionalidades inovadoras. O site começou a ser desenhado em Junho e só começou a ser construído em Setembro de 2009, assim o entrevistado define esta demora como sendo um obstáculo. No que diz respeito à ligação com as editoras, o entrevistado assume que têm sido trabalhoso e moroso trabalhar com os fundos de catálogos que as editoras têm enviado para comercializar obras inexistentes nas livrarias. Tem sido um trabalho complicado, no sentido em que os ficheiros não chegam “... nas melhores condições, em termos da sua própria estrutura, da formação de conteúdo informativo que traz, muitos deles têm de ser pesquisados e computados por nós, depois temos o grande problema de carregar a imagem das capas, que não é fácil...”, o entrevistado ainda acrescenta que ainda têm muito que fazer para que o catálogo fique “... minimamente aceitável... ainda está muito incompleto, muito imperfeito... temos de trabalhar muito até termos um catálogo em condições para continuar a crescer...”. Ainda nesta parceria com as editoras, o entrevistado aponta ainda um outro obstáculo que é a falta de preparação das editoras para trabalhar com este tipo de negócio, no sentido em que estas estão “...habitadas a trabalhar com as livrarias, para as quais enviam as novidades e depois esperam as devoluções passado xis tempo...”. O Sítio do Livro tem outra forma de funcionamento, na medida em que não trabalha com stocks, fazem encomendas à medida dos pedidos que vão recebendo, ou seja, pode efectuar um pedido hoje, outro amanhã e assim sucessivamente. Deste modo, fazem-se pedidos abaixo do valor mínimo que as editoras estipulam para cobrar portes. O entrevistado refere que, assim, o Sítio do Livro acaba por ter mais custos, mas para não comprometer o prazo de entrega a um cliente, não é possível ficar a aguardar que tenham uma encomenda da mesma editora para juntar tudo e depois fazer a entrega. Para além desta questão, o entrevistado refere que as editoras não sabem confirmar com

a devida antecipação se têm stocks das obras, acrescentando que tiveram casos de encomendas que depois tiveram de pedir aos clientes para desistir por não haver stock da obra. Outro obstáculo que é apontado pelo entrevistado é a falta de experiência de comércio electrónico das pessoas e a falta de hábito de comprar livros em português na internet. O entrevistado refere que ficou surpreso com a “...quantidade de gente que é praticamente infoexcluída...”, acrescentando que existem pessoas que se recusam a fazer a compra através da internet, afirmando que “... telefonam para cá e querem comprar o livro, a gente diz que tem de ser através da internet, e dizem não, não faço através da internet vou aí pagar o livro, vou aí...”. Mediante tal situação, o director do Sítio do Livro refere que são uma livraria online, e nesse sentido têm de ser consequentes com o conceito e não podem abrir excepções, funcionam exclusivamente através da internet.

Para o futuro, o entrevistado define cinco objectivos. O primeiro está relacionado com o número de títulos comercializados pelo Sítio do Livro, dado o que já foi publicado em Portugal, o entrevistado refere que têm “...uma pequena amostra...”. Assim, o Director desta editora/livraria têm a ambição de aumentar os títulos para que “... cada vez mais as pessoas que procuram um título no nosso site, o encontrem...”. Um segundo projecto para o futuro está enquadrado na temática do e-book, visto que o Sítio do Livro já possui uma base de conteúdos digitalizados, estando assim, segundo o entrevistado, na “... primeira linha para permitir e facilitar o download desses conteúdos para leitores electrónicos...”. Contudo, o entrevistado volta a referir que são os autores que decidem, mas que terão de considerar, apesar de ainda não ter pensado como é que o vão fazer. O livro personalizado constitui um terceiro desejo para o futuro do Sítio do Livro, que, segundo o entrevistado, é um “... campo muito interessante para explorar...”. O Sr. António Arriaga define o livro personalizado como sendo “...

histórias que estão pré-formatadas... e as personagens da história podem ser personalizadas com nomes de crianças concretas...”, referindo que é um conceito que já existe, com tem tido alguma procura, mas que não está muito divulgado. Um quarto projecto para o futuro consiste num sistema de Self-service de impressão, o entrevistado afirma que isto implica “...investimentos financeiros de outros gabarito...”. Este projecto centra-se no conceito de *vending* em que, segundo o entrevistado, o livro é produzido na altura de um determinado conteúdo que já está preparado anteriormente, assumindo que é algo já utilizado no estrangeiro, mas que actualmente ainda não possuem uma base de conteúdos suficiente para poder “...rentabilizar o investimento numa rede de máquinas...”. Por último, o Director do Sítio do Livro expressa a intenção de atingir a comunidade académica. Neste universo, o entrevistado inclui os professores, os doutorandos, os mestrandos que produzem artigos científicos que nem sempre são publicados e quando o são, são “... arquivadas na Biblioteca Nacional e ponto final...”. Em conteúdos deste género, o entrevistado refere que para fazer uma auto-publicação através do Sítio do Livro teria um custo editorial muito baixo, tendo em conta que o conteúdo já está digitalizado, paginado, com correcção e revisão linguística. Porém, o entrevistado refere que é algo a divulgar na comunidade académica porque tem potencial, mas que “... com três meses de existência, não podemos fazer tudo no mesmo dia...”.

### *Entrevista a Bubok*

A Bubok é uma editora de auto-publicação que surgiu em Espanha e recentemente abriu serviços em território português. A entrevista foi realizada online, numa sessão síncrona utilizando o MSN, a Alexandre Lemos, o responsável pela Bubok.Pt com a intenção de conhecer a editora, compreender de que modo funciona, conhecer as

reações dos autores e dos leitores e as concepções acerca do futuro da editora. No quadro 4 exponho de forma resumida a análise de conteúdo realizada.

Quadro 4

*Análise de conteúdo da entrevista realizada à Bubok.*

| <b>Categorias</b>                       | <b>Indicadores</b>  | <b>%</b> |
|---|---|----------|
| Editora Bubok                           | Editora de auto-publicação  | 1        |
|   | Surgiu em Espanha, há dois anos, com a intenção de responder à procura  | 2        |
|   | Surge em Portugal, há poucos meses, em resultado da análise feita com base na produção de conteúdos, no sucesso de publicação e no estado do mercado.     | 2        |
|   | Publica obras de autores de vários países e apresentando projectos nessa área   | 2        |
| Funcionamento da editora                | A caminhada depende do autor  | 3        |
|   | O processo de publicação implica um upload de um ficheiro, definir algumas informações da obra e definir a rentabilidade                                  | 1        |
|   | Oferta de <i>packs</i> de gestão da publicação e de atendimento por profissionais   | 2        |
|   | A promoção é feita de três modos: promoção à editora, ampliar promoções realizadas pelos autores e colaboração com serviços de promoção                   | 1        |
| Autores                                 | Autores pontuais, autores amadores e autores que se profissionalizaram na escrita ou procuram fazê-lo são três perfis dos autores que publicam pela Bubok | 1        |
| Balanço dos primeiros meses em Portugal | Balanço positivo  | 1        |
|   | Feedback positivo por parte dos autores   | 1        |
|   | Existem mais vendas em <i>print-on-demand</i>   | 1        |
|   | As vendas dependem do tema dos livros e do empenho dos autores na promoção  | 2        |

|                   |   |   |
|-------------------|---|---|
|                   | Os maiores obstáculos são o desconhecimento deste tipo de editoras e os reduzidos hábitos de consumo online dos portugueses           | 1 |
| Projectos Futuros | Desenvolvimento de uma comunidade crítica de autores com a intenção de apoiar e de dar um novo sentido à expressão <i>peer-review</i> | 2 |
|                   | Desenvolvimento de acções para reforçar a ligação editora-autor e auto-autor.   | 1 |

Quando questionado sobre o que é a Bubok, o entrevistado Alexandre Lemos refere que é uma editora especializada na auto-publicação, que surgiu em Espanha há dois anos como “...desenvolvimento de uma outra editora que não conseguia dar resposta a todos os autores que a contactavam...”. Assim, surgiu, segundo o entrevistado, como forma de desenvolver “... meios mais adequados às necessidades dos nossos autores...”. Em território português, esta editora surgiu há poucos meses e em consequência das “... solicitações dos autores de expressão portuguesa que usavam os serviços da Bubok.com...” e em resultado da “... análise que fizemos ao mercado português, onde há uma enorme tradição de escrita...”. Esta editora publica obras de autores de diversos países, sobretudo de língua portuguesa e espanhola.

Em termos de funcionamento da editora e do processo de edição, o entrevistado assume que a caminhada depende do autor, acrescentando que a Bubok distingue-se de editoras que são “... conhecidas no meio como ateliers de edição, que vendem um produto standard aos autores. Xis exemplares mais xis lançamentos mais revisão, etc.”. Para iniciar um processo de auto-publicação, o entrevistado menciona que é necessário o upload de um ficheiro e a definição das informações base da obra e a sua rentabilidade. Posteriormente, se for vontade do autor em melhorar a sua publicação, o entrevistado refere que existem serviços e packs de gestão de publicação, que podem

incluir protecção legal, promoção, maquetação, revisão e etc. Existe, também, um serviço de atendimento telefónico para proporcionar conselhos sobre algo que os autores queiram fazer. O entrevistado assume que no atendimento telefónico “... tem pessoas a sério e não respostas automáticas. Pessoas que desenvolvem os serviços que prestamos em paralelo com o atendimento, não operadores de call-center...”.

Relativamente à promoção, o entrevistado menciona que existem três formas distintas de promoção. Em primeiro lugar, existe a promoção à editora, onde se pretende “... aumentar as visitas ao nosso site e assim aumentar as vendas dos nossos autores e prestígio indirecto dos livros...”. Existe a promoção feita pelos autores, que por vezes é ampliada pela Bubok, o entrevistado exemplifica que se um autor realizar um lançamento, a editora pode promover junto da imprensa a par de outras realizações da editora e pode promover também online. Numa terceira forma de promoção, o entrevistado refere que o autor pode contratar serviços dedicados de promoção, em que a Bubok presta o serviço em sintonia com a vontade do autor, de uma forma exclusiva.

Relativamente às características dos autores que decidem publicar através dos serviços da Bubok, o entrevistado indica que são autores pontuais, na medida em que publicam um livro ou talvez dois e a publicação é “... em si mesmo um fim. Quase todos os livros que vendem são comprados por si mesmos...”. Existe um segundo tipo de autores, que são autores amadores, que são caracterizados pela falta de tempo ou de vontade de se dedicarem exclusivamente à escrita, contudo o entrevistado refere que este tipo de autores “... têm um percurso significativo e uma dedicação quase diária à escrita. Nem sempre promovem o que escrevem. Mas... escrever faz parte da vida destes autores...”. Por último, o entrevistado aponta que existe um outro tipo de autores que são os autores que se profissionalizaram na escrita ou que procuram fazê-lo, têm



por objectivo “...viver dos livros que escrevem. Promovem os seus livros e procuram ajuda...”.

O entrevistado refere que nos primeiros meses em Portugal apresentam um balanço positivo, na medida em que os autores portugueses “... já nos reconhecem como especialistas em auto-edição e nas tecnologias digitais...”, acrescentando que há autores que publicam com a Bubok repetidas vezes, “... numa média que excede os cinco livros diários...”. Neste sentido, esta editora de auto-publicação têm tido um feedback muito positivo por parte dos autores que valorizam o atendimento personalizado e com a “... capacidade de ir melhorando o nosso serviço em função do que nos dizem...”. Em termos de venda, nestes primeiros meses, o entrevistado assume que se têm vendido mais livros através do sistema de impressão a pedido, referindo que os leitores “... gostam de páginas, de livros em papel...”. Reforçando as vantagens da utilização da impressão a pedido, o entrevistado refere que assim “... podemos disponibilizar livros em papel sem o impacto ecológico negativo das impressões em grande escala onde há desperdício...”, realizando assim uma “... edição sustentável...”. Ainda na temática das vendas, o entrevistado menciona que estas dependem muito dos temas de cada livro e do empenho dos autores na promoção da sua obra, realçando que os autores “... connosco ganham 80% sobre os lucros...”. Em termos de obstáculos dos primeiros meses de existência da editora Bubok em Portugal, o entrevistado indica o desconhecimento deste tipo de editoras e os reduzidos hábitos de consumo online dos portugueses como sendo os principais obstáculos. O desconhecimento deve-se ao facto de que a Bubok traz algo que é “... tão diferente que por vezes os autores e os leitores não entendem... continuam a perguntar-nos quanto custa publicar um livro connosco ou quem vai decidir sobre a publicação...”. Segundo o entrevistado, os portugueses

apresentam ainda reduzidos hábitos de consumo online e menciona que têm “... muitos leitores em que a primeira compra que fizeram online foi connosco...”.

Relativamente a projectos futuros, o entrevistado indica dois. O primeiro projecto relaciona-se com o desenvolvimento de uma comunidade crítica de autores com o objectivo de dar apoio e de dar um novo sentido à expressão *peer-review*; o entrevistado refere que acredita que “... a Bubok.Pt pode crescer como comunidade de autores que se lêem e criticam mutuamente...”. O outro projecto da Bubok centra-se no desenvolvimento de acções que visam reforçar a ligação editora-autor e autor-autor, o entrevistado refere que não pode antecipar sobre nenhuma dessas acções, mas que serão atempadamente anunciadas no blog da editora.

## 2. Apresentação e Análise das Vendas de E-books e de E-readers

Para realizar uma análise das vendas de e-books e de e-readers foi necessária uma pesquisa em sites especializados no assunto. As vendas de e-books e de aparelhos de leitura electrónicos têm aumentado, existem cada vez mais plataformas de venda de e-books, assim como têm surgido inúmeros e-readers com diferentes características. Uma das vantagens da constante mudança neste sector é a concorrência, que faz com que haja uma competição de preços, fazendo com que os custos com estes aparelhos electrónicos para leitura electrónica sejam cada vez mais baixos. Com a baixa de preço, as vendas destes aparelhos pode aumentar para o dobro, assim como anuncia a E Ink Holding. A Amazon, a Barnes and Noble e a Sony são exemplos de empresas que baixaram o preço dos seus leitores electrónicos.

No Brasil, temos um caso recente de um e-reader, o Alfa que surgiu neste mês de Agosto. O leitor de livros digitais é da Positivo Informática e começou a ser comercializado por pela Livraria Cultura e na primeira semana esgotou. Este e-reader

pesa 240 gramas, tem 8,9 mm de espessura e possui um ecrã sensível ao toque de seis polegadas e foi vendido a sensivelmente 315 euros. Outro exemplo de vendas muito rápidas foi o novo modelo do leitor electrónico Kindle, da Amazon, que esgotou em seis dias, com um preço que oscila entre os 105 e os 143 euros, dependendo das características.

As livrarias Amazon e a HarperCollins afirmam que ultimamente têm vendido mais livros electrónicos do que livros de capa dura, o site Goodreader anuncia esta mesma notícia acrescentando que um livro de capa dura pode custar entre os 25 e os 55 euros e um livro electrónico tem um custo de 10 euros. A Apple, em Junho de 2010, na Apple Worldwide Developers Conference, anunciou que foram descarregados cerca de cinco milhões de livros electrónicos num período de 65 dias, perfazendo uma média de 2,5 por cada iPad. Estudos de mercados apontam que o iPad representa cerca de 16% deste mercado, sendo que 66% deste mercado pertence à Amazon e ao seu aparelho de leitura de e-books, Kindle. Segundo a DisplaySearch, a Amazon deverá ter vendido cerca de 3,3 milhões unidades do Kindle, em 2009.

Um outro modelo de negócio tem sido a disponibilização de versões electrónicas de livros físicos que já estejam esgotados, como é o caso da Editora Autêntica no Brasil. Os livros são distribuídos electronicamente de uma forma gratuita no site da editora.

Para além das editoras, as redes telefónicas estão interessadas na venda de e-books. Foi noticiado em meados de Junho que a TMN formou uma parceria com a Mobcast Services Ltd, que é uma empresa que presta serviços principalmente na distribuição de e-books e de áudio-books. Essa parceria visa vender, através dos telemóveis, e-books com preços entre os 1,50 e os 9,99 euros.

Em termos de plataformas de venda de livros electrónicos, no Brasil, as maiores editoras constituíram uma associação para criar uma distribuidora de e-book, a

Distribuidora de Livros Digitais (DLD), onde oferecem vários títulos em formato electrónico. Visa a distribuição de e-books para livrarias on-line e empresas de conteúdo digital. O mesmo aconteceu em Espanha, em que um grupo de editoras se uniram para formar a Librandia, uma plataforma de venda de e-books. No site da plataforma, pode-se verificar que esta é uma plataforma que “...oferece serviços auxiliares para comercialização de conteúdos digitais e a sua promoção...”, enumerando posteriormente as editoras que a constituem: Grupo Planeta, Grupo Random House Mondadori, Grupo Santillana, Roca Editorial, Grup62, Grupo SM e Grupo Wolters Kluwer.

A Google, através do projecto Google Books, tem sido uma grande adversária neste mercado dos livros electrónicos, pois já possibilita o acesso a cerca de 12 milhões de e-books, contra os 500 mil da Amazon e os 30 mil da Apple.

## REFLEXÃO FINAL

Sem dúvida que parte do sector editorial do futuro irá passar pelas novas tecnologias de informação e de comunicação, nomeadamente, pelos livros electrónicos e os aparelhos electrónicos para a sua leitura. Assim, é necessário pensar no que estas tecnologias estão a trazer de positivo para este sector. Neste sentido, penso que em termos do funcionamento das editoras, as novas tecnologias estão a trazer algumas vantagens como, por exemplo, a diminuição de custos de armazenamento. Se as editoras começarem a utilizar a impressão a pedido como forma de vender obras com vendas pouco significativas, ou obras específicas para um determinado público, acabará por evitar elevados custos de armazenamento, o desperdício e a destruição de livros. Para tal, é necessário que os editores pensem no público que querem atingir e, posteriormente, pensem qual é o canal de venda que faz mais sentido de modo a não existir um desperdício financeiro. Com a impressão a pedido, existe um maior controlo das obras produzidas, no sentido em que só são impressas quando existem encomendas. As novas tecnologias no sector do livro também estão a proporcionar um novo canal de venda de livros que já não estão presentes nas livrarias. Como todos sabemos, as novidades ficam um determinado período de tempo nas livrarias e quando os exemplares não são todos vendidos, acabam por ser devolvidos para as editoras e ficam nos armazéns, chegando, praticamente, ao seu fim editorial. O Sítio do Livro, através de uma livraria online, criou uma nova forma de escoamento de livros físicos, utilizando os catálogos das editoras e vendendo as obras que as pessoas procuram por algum motivo e já não encontram nas livrarias. No Brasil, temos o exemplo de uma forma de continuar a distribuir obras que já estão esgotadas. A Editora Autêntica tem distribuído de forma

gratuita no seu site, obras que estão esgotadas, mas que ainda são procuradas pelas pessoas.

A auto-publicação também é uma das possibilidades que as novas tecnologias trouxeram para este sector. Considero este item positivo no sentido em que é difícil um novo autor conseguir que uma editora tradicional e conceituada publique a sua obra, são inúmeros motivos por trás dessa dificuldade, nomeadamente financeiros. Desta forma, a auto-publicação acaba por ser uma solução para diversos autores que têm conteúdos e que gostariam de publicá-los por motivos profissionais ou até por motivos pessoais. Existem empresas especializadas em auto-publicação como é o caso do Sítio do Livro, da Bubok, da Lulu, e é cada vez mais barato fazer uma publicação deste modo, sendo algo com uma procura em crescimento.

Em termos da leitura de e-books, penso que os e-readers trazem vantagens, nomeadamente, a possibilidade de através de um *clic* comprar um livro e tê-lo em segundos disponível para leitura, sem sair do mesmo lugar. Facilitam o transporte de livros, no sentido em que pesa o mesmo tendo um ou vinte livros na memória. Algo que pode ser de grande importância para pessoas que por motivos profissionais precisam de andar com vários artigos, livros ou documentos, para editores que necessitam de fazer a revisão de inúmeros livros, para professores ou científicas que necessitam de consultar inúmeros documentos e livros para a elaboração de um artigo e por aí adiante. Não é possível negar que um aparelho electrónico para a leitura de e-books seria uma mais-valia para estes e outros profissionais. Actualmente, existem e-readers que possuem multifunções e assim as pessoas já não estão a pagar apenas por um leitor de e-books, mas estão a pagar por um aparelho que lhes oferece diversas funções, para ouvir música, para consultar a Internet, para ter contactos, para ter uma agenda, para ter uma calculadora, etc. Com o desenvolvimento do software, já é possível ler um e-book em

diferentes aparelhos, como num computador ou num e-reader. Existem aplicações que permitem ter disponíveis os livros que, por exemplo, compramos numa loja virtual, em diferentes aparelhos. Mostrando assim, que, por vezes, não é preciso ter um aparelho dedicado à leitura de e-books, através de um computador ou de um telemóvel podemos efectuar leitura de e-books. Como já aconteceu no Brasil e em Espanha, existem associações de editoras com a intenção de criar plataformas para a venda de e-books. Isto é uma vantagem no sentido em que o custo deste tipo de plataformas é elevado, existindo associações o custo acaba por ser mais baixo e consegue-se atingir o objectivo. Assim, esta forma de trabalhar em conjunto pode ser a solução para editoras que financeiramente não querem correr um risco tão elevado, mas que querem entrar neste mercado. Por outro lado, esta colaboração e cooperação acabam por proporcionar a diminuição do ambiente competitivo que, por vezes, existe entre as editoras, acabando assim por ser uma vantagem indirecta da introdução das novas tecnologias neste sector.

Contudo, nem tudo são vantagens. Ao longo deste período de investigação sobre estas temáticas, considero que as novas tecnologias acabaram, também, por promover aspectos menos bons para o sector editorial. Uma das maiores desvantagens que considero existir na actualidade é o facto de que a introdução das novas tecnologias está a ser conduzida por grandes empresas que não são agentes de edição, como é o caso da Amazon, da Apple, da Sony e de muitas outras empresas que estão a promover os e-books e os e-readers. É uma desvantagem no sentido em que as editoras estão dependentes do que é feito por essas empresas, tendo mais dificuldades de intervir no desenvolvimento deste mercado. As outras empresas introduzem no mercado dezenas de e-readers e as editoras ficam sem saber como agir perante esta situação, se começam a editar e-books ou se devem continuar a desenvolver o seu trabalho normal. Em termos dos e-readers, a maior desvantagem que existe é sem dúvida o preço. Os preços

excedem os 200 euros e como foi referido por José Afonso Furtado, na entrevista realizada para esta investigação, grande parte dos portugueses não gasta esse valor por ano em livros; assim terão dificuldade em gastar esse valor apenas e só num aparelho, que necessita depois da compra de livros em formato digital para ter alguma utilidade. Nesse sentido, talvez não compense. Contudo, a concorrência e as incertezas do mercado tem levado a uma diminuição dos preços dos e-readers, existindo uma enorme e variadíssima oferta destes produtos. As pessoas têm mais possibilidades de escolha, mas podem ficar confusas não sabendo que produto adquirir, pois, ainda existe uma enorme falta de conhecimento das pessoas em relação a este assunto.

Assim, penso que as novas tecnologias de informação e de comunicação no sector editorial tem aspectos bons e aspectos menos bons, o que conduz a uma indefinição do que acontecerá no futuro próximo, neste mercado em constante mudança. Tanto as editoras, como os autores e os leitores estão expectantes para ver o que irá acontecer, se devem ceder a esta mudança ou se devem esperar para ver o que acontece. Contudo, tal como indicou José Afonso Furtado, na entrevista, não há garantias nenhuma, talvez quem não entrar agora, mais tarde terá problemas em entrar e será muito mais caro, mas não há certezas de nada. Esta mudança tecnológica no sector editorial implica uma mudança de hábitos das pessoas, uma mudança de pensamento e uma abertura às novas tecnologias. No nosso país, é de conhecimento de todos que existem muitas pessoas que não sabem lidar com as tecnologias, mexer num computador, conseguir ver os e-mails ou efectuar compras online. Alexandre Lemos, da Bubok, e António Arriaga, do Sítio do Livro, referiram como um dos obstáculos que enfrentaram nas respectivas empresas foi o facto de que as pessoas não sabem nem estão habituadas a fazer compras online. Neste sentido, para que exista uma adesão total às novas tecnologias neste sector é necessária uma mudança de pensamentos e de atitudes.



Em termos conclusivos, através desta investigação percebi que o livro electrónico e o livro físico irão conviver durante um longo período de tempo, existindo assim uma maior oferta para todos os públicos. Talvez daqui a uns largos anos, um deles venha a prevalecer mas, actualmente, com o estado da nossa sociedade penso que ambos os mercados irão coexistir. No sentido em que existem pessoas que não são dadas às novas tecnologias e não abdicam de ler um romance num livro, onde podem sentir e folhear as páginas e existem pessoas para quem, talvez, o e-reader e o e-book sejam o maior avanço tecnológico que poderia ter acontecido neste sector. Assim, penso que as editoras deverão ponderar, por si e não por influência das grandes empresas que entraram neste mercado, e saber qual será o melhor negócio. Até lá, penso que, tal como José Afonso Furtado sugeriu, é necessário que haja um fluxo de trabalho digital para que seja possível a extracção de diferentes *out puts* dependendo do que se pretende.

Com a realização deste projecto de investigação, sinto e sei que cresci em termos formativos, desenvolvi a minha capacidade de recolha de dados, de análise e, principalmente, a minha capacidade de reflectir. Infelizmente, não consegui realizar todas as entrevistas que eu tinha previsto, mas com as entrevistas que realizei, fiz a melhor análise e a melhor reflexão. Deste modo, não vejo as entrevistas falhadas como um obstáculo, mas como uma oportunidade para desenvolver a minha competência na resolução de problemas e trabalhar o melhor que puder com o que tenho. Assim, este projecto de investigação ajudou-me a aprender a colocar em prática conhecimentos, técnicas e procedimentos que aprendi durante a licenciatura em Ciências da Educação e durante o primeiro ano do Mestrado em Tecnologias Educativas. Consegui compreender, assim, todo o processo que envolve a realização de um projecto, desde a sua concepção até à sua conclusão. Assim, tornou-se muito importante a realização

deste projecto para me tornar apta e capaz de aplicar todos os conhecimentos que adquiri e todas as competências que desenvolvi durante a minha formação inicial num contexto profissional. Pela importância que este relatório de estágio tem na minha formação académica e profissional, espero que este projecto de investigação seja útil e que tenha uma validade para o futuro, trabalhei e esforcei-me nesse sentido.

A realização do estágio curricular foi muito importante porque ajudou no meu desenvolvimento pessoal e profissional. O estágio na Relógio D'Água foi muito útil porque ajudou-me a compreender melhor este sector da edição, desde o processo de digitalização de um livro ou de um original até à etapa da sua publicação. Mas, mais do que isso ajudou-me a compreender como funciona uma empresa, no seu dia-a-dia, no desenvolvimento das funções e na resolução de problemas. A um nível de competências, ajudou a aumentar a minha capacidade de resolução de problemas, de trabalho em equipa e as minhas capacidades de comunicação, de colaboração e de cooperação, que serão úteis para a minha vida profissional. Durante as semanas da Feira do Livro, desenvolvi competências sociais, como o atendimento ao público e o relacionamento com os colegas de trabalho e desenvolvi competências mentais que me tornaram numa pessoa mais rápida e mais eficaz na resolução de problemas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, L., Freire, T. (2007). *Metodologia da investigação em psicologia e educação*. Braga: Psiquilíbrios Edições.
- Anselmo, A. (1997). *Estudos de história do livro*. Guimarães: Guimarães Editores.
- Bastos, S. (2010, 16 de Abril). 3.3 milhões Amazon Kindle vendidos em 2009. eBook Portugal. Retirado em 28 de Agosto de 2010 de <http://networkedblogs.com/2WMEX>  
<http://www.electronista.com/articles/10/05/20/newspaper.magazine.readership.gro>  
[ws/](http://www.electronista.com/articles/10/05/20/newspaper.magazine.readership.gro)
- Bastos, S. (2010, 8 de Junho). % milhões de e-books descarregados para iPad. eBook Portugal. Retirado em 28 de Agosto de 2010 de <http://networkedblogs.com/4D1z4>.
- Beja, H. (2009, Outubro). Livros à la carte. *Os Meus Livros*, 32-33.
- Bitá, Paul (2010, 15 de Junho). Portugal's largest mobile operator partners with Mobcast to deliver ebooks. Retirado em 28 de Agosto de 2010 de [http://www.teleread.com/2010/06/15/portugals-largest-mobile-operator-partners-with-mobcast-to-deliver-ebooks/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+teleread%2FKHnj+%28TeleRead%3A+Bring+the+E-Books+Home%29&utm\\_content=Google+Reader](http://www.teleread.com/2010/06/15/portugals-largest-mobile-operator-partners-with-mobcast-to-deliver-ebooks/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+teleread%2FKHnj+%28TeleRead%3A+Bring+the+E-Books+Home%29&utm_content=Google+Reader).
- Bogdan, R., Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação: Uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora.
- Cortesão, L., Leite, C., Pacheco, J. (2002) – Trabalhar por projectos em educação? Uma inovação interessante? Porto: Porto Editora.
- Diderot (1937). *La lettre sur le commerce de la librairie*. Paris: Bernard Grasset;

Epstein, J. (2002). *O negócio do livro*. Rio de Janeiro: Record.

E-reader da positivo estogou em menos de uma semana (2010, 18 de Agosto). O

Dia Online. Retirado em 20 de Agosto de 2010 de

[http://odia.terra.com.br/portal/digital/html/2010/8/e\\_reader\\_da\\_positivo\\_esgotou\\_e\\_m\\_menos\\_de\\_uma\\_semana\\_104112.html](http://odia.terra.com.br/portal/digital/html/2010/8/e_reader_da_positivo_esgotou_e_m_menos_de_uma_semana_104112.html).

Faria, M<sup>a</sup>; Pericão, M<sup>a</sup> (2008). *Dicionário do livro*. Coimbra: Almedina.

Furtado, J. (2000). *Os Livros e as leituras - Novas ecologias da informação*. Lisboa:

Livros e Leituras.

Furtado, J. (2010). O que é um ebook?. Retirado em 16 de Junho de 2010 em

<http://ebookportugal.net/2010/04/o-que-e-um-ebook-por-jose-afonso-furtado/>.

Furtado, J. (2010a). Ebook vs livro impresso. Retirado em 16 de Junho de 2010 de

<http://ebookportugal.net/2010/04/ebook-vs-livro-impresso-por-jose-afonso-furtado/>.

Ghiglione, R., Matalon, B. (2005). *O Inquérito: Teoria e prática*. Oeiras: Celta.

Ipad climbs to 16 percent of e-reader market (2010, 20 de Maio). Retirado em 28 de

Agosto de

<http://www.electronista.com/articles/10/05/20/newspaper.magazine.readership.grows/>

McMurtrie, D. (1997). *O livro*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Michael (2010, 29 de Agosto). HarperCollins is selling more eBooks than Hardcover.

Retirado em 30 de Agosto de 2010 de <http://goodereader.com/blog/e-book-news/harpercollins-is-selling-more-ebooks-than-hardcovers/>.

Mota, S. P. (2010, 8 Agosto). Novo Kindle esgota em 6 dias. Diário Económico

Online. Retirado em 9 Agosto de 2010 de [http://economico.sapo.pt/noticias/novo-kindle-esgota-em-seis-dias\\_96226.html](http://economico.sapo.pt/noticias/novo-kindle-esgota-em-seis-dias_96226.html).

Novo Kindle em Portugal (2010, 28 de Agosto). Retirado em 30 de Agosto de 2010 de

[http://jn.sapo.pt/PaginaInicial/Tecnologia/Interior.aspx?content\\_id=1649853](http://jn.sapo.pt/PaginaInicial/Tecnologia/Interior.aspx?content_id=1649853).

Patrou, A. (2010, 11 de Agosto). Ebook reader Sales will take double the shipments in

second half of 2010. Techeye. Retirado em 28 de Agosto de 2010 em

[http://www.techeye.net/hardware/ebook-reader-sales-will-take-double-the-](http://www.techeye.net/hardware/ebook-reader-sales-will-take-double-the-shipments-in-second-half-of-2010)

[shipments-in-second-half-of-2010](http://www.techeye.net/hardware/ebook-reader-sales-will-take-double-the-shipments-in-second-half-of-2010).

Shiratuddin, N. et tal (2003). E-Book technology and its potencial applications in

distance education. *Journal of Digital Information*, 3. Retirado em 19 de Julho de

2010 em <http://journals.tdl.org/jodi/article/view/90/89>.

## ANEXOS